100036

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

மக்கள் தொடர்புப் பிரச்சினைகளும் தீர்வுகளும்

வி.அநுசூயா

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

மக்கள் தொடர்புப் பிரச்சினைகளும் தீர்வுகளும் — வி. அநுசூயா

undatio
urukul K

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

गुरुकुल कांगड़ी विश्वविद्यालय
कृपया पुस्तक के ऊपर कोई निशान आदि
न लगायें।

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

பிரச்சினைகளும் தீர்வுகளும்

DONATION

100036

"Presented Free of Cost
with compliments from the
Central Institute of Indian Languages
(Govt. of India) MYSORE-570 006"

வி. அநுசூயா, எம்.ஏ., எம்.ஃபில்.

पुस्तकालय
गुरुकुल कांगड़ी विश्वविद्यालय

பாலமுருகன் பதிப்பகம்

258, பாரதியார் தெரு, ஜெய்ஹிந்த்புரம்

மதுரை - 625 011.

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

முதற்பதிப்பு, நவம்பர் 21 1993

பதிப்புரிமை : ஆசிரியைக்கு

விலை ரூ. 14.00

நூலகக் குறியீடு : 31 x : 8 N
N3

Title : Makkal Thodarpu Prachnaikalum Theervukalum

Language : Tamil

Contents : Public Relations : Problems and Solutions

Authoress : V. ANUSUYA, M.A., M.Phil.

Publishers : Balamurugan Pathippakam,
258, Bharathiyar Street,
Jaihindpuram,
Madurai - 625 011.

Printers : Amuthachakam,
Madurai - 625 010.

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

டாக்டர் சிவ. சசிரேகா,
இதழியல் முதுகலை விரிவுரையாளர்,
தகவல் தொடர்பியல் துறை,
தமிழியற்பள்ளி,
மதுரை காமராசர் பல்கலைக்கழகம்.
மதுரை-625 021.

20.11.93

அணிந்துரை

'மக்கள் தொடர்பு' என்பது மக்கள் கருத்தினைத் தூண்டுகின்ற அறிவுபூர்வமானதொரு செயலாகும். இது, மெய்யெனக் காட்டி நம்ப வைக்கின்ற திறமை மிக்க தொரு கலையாகும். இதன் மீதுள்ள ஈடுபாட்டினால் ''மக்கள் தொடர்புப் பிரச்சினைகளும் தீர்வுகளும்'— என்னும் தலைப்பில் எம். ஃபில் பட்டத்திற்கென அளித்த ஆய்வேட்டினை வி. அநுசூயா இப்போது நூல் வடிவில் தந்துள்ளார். தமிழில் தகவல் தொடர்பியல் பயிலும் மாணவர்களுக்கு இது நல்லதொரு வரவாகும்.

இன்று உலக நாடுகளில் பரந்து விரிந்துள்ள மக்கள் தொடர்பு, முதலில் மேலை நாடுகளில் வளர்ச்சி பெற்றுப் பின்னர் இந்தியாவில் அறிமுகமாகி வளர்ந்த வரலாற்றினை இந்நூல் விவரித்துள்ளது.

நிறுவனம் வேறு, மக்கள் வேறு என்றில்லாமல் ஒருவர்க்கொருவர் தொடர்புகொண்டு செயல்பட்டு வெற்றி பெற வழிவகுக்கும் மக்கள் தொடர்பினைப் பற்றி விளக்கியுள்ளதோடு, இருவர்க்குமிடையே நல்லுறவினை வளர்க்கக்கூடிய இவ்விருவழி அமைப்பானது எதற்காக, எப்படிச் செயல்படுகின்றது என்பதனையும் இந்நூல் விளக்குகிறது.

கிராமங்கள் நிறைந்த நமது இந்தியத் திருநாட்டில் பரம்பரை பரம்பரையாகப் பழகிவரும் பழக்க வழக்கங்களிலேயே ஊறிப்போன கிராமப்புற மக்களிடத்தில் நவீன முறையிலான வளர்ச்சிச் செய்திகளைத் தெரிவிக்க

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

அவர்களோடு தொடர்பு கொள்ளுதல் என்பது சற்றுக் கடினமான காரியம் தான். அச்செயலையும் எளிதாக முடிப்பதற்கான வழிமுறைகளையும் ஆராய்ந்து தெளிவு-படுத்துகின்றார் இந்நூலாசிரியை.

பொதுவாக, எந்தவொரு காரியத்தில் இறங்கினா-லும் பிரச்சினைகள் எழுவது இயல்பு. கிராமப்புறங்க-ளில் மக்கள் தொடர்பிற்கெனப் பல்வேறு முறைகள் கையாளப்பட்டபோதிலும், பிரச்சினைகள் பல தலை தூக்காமல் இல்லை. மக்கள் தொடர்பு அதிகாரிகளும் அலுவலர்களும் அப்பிரச்சினைகளை எதிர்கொள்ளும் போக்கினையும், பிரச்சினைகளுக்கான தீர்வுகளையும் இந்நூல் விவாதித்து முடிவு சொல்லுகின்றது.

சொல்ல வந்த கருத்துகளை ஆதாரபூர்வமாகத் தெளிவுபடுத்த உத்தங்குடிக் கிராம மக்களை நேரில் சந்தித்து, ஆய்வுத் தரவுகளைத் திரட்டித் தொகுத்தளித்துள்ள ஆய்வாளரின் ஆர்வம் மிக்க, நேர்மையான முயற்சி பாராட்டிற்குரியது. எனது வழிகாட்டுதலின் கீழ்ச் செய்யப்பட்ட ஆய்வு இது என்ற முறையில், இதன் நிறை குறைகளில் எனக்கும் பொறுப்புண்டு. ஆனால், ஆய்வுகள் பட்டங்களோடு நின்றுவிடுவதில்லை. வி. அநுசூயா இந்தத் துறையில் தொடர்ந்து ஈடுபடவேண்டும். தகவல் தொடர்பியலுக்குத் தமிழ் ஆய்வுலகில் நிறையத் தேவையும் இடமும் உள்ளதால், இதுபோல இன்னும் பலநூல்கள் வெளிவரத் தம்முடைய பங்கினையும் இந்நூலாசிரியை பெரிதும் அளிப்பாராக.

மதுரை - 21, சிவ. சசிரேகா.

20.11.1993.

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

முன்னுரை

ஓர் அலுவலகத்தில் நாம் நுழையும்போது விசாரணைக் கூடத்தில் உள்ள ஓர் அதிகாரி நம்மை வரவேற்று நமது தேவையைக் கேட்டு மறுமொழி கூறுகிறார். அவர் இருக்கின்ற இருக்கை, பேசுகின்ற நயம், உடுத்தியுள்ள நாகரிகம் இவற்றைக் கொண்டே அந்நிறுவனம் பற்றிய ஒரு மதிப்பீடு நமது மனத்தில் உருவாகிவிடுகின்றது. பொதுமக்கள் தொடர்பு அதிகாரியின் பணி இந்த உருவாக்கம் தான்.

மாநில, மைய அரசுகளிலும் இத்தகைய அலுவலர்கள் உண்டு. அவர்கள், தம் எல்லைக்குட்பட்ட ஊர்களுக்குச் சென்று அரசின் பணிகளைத் தெரிவித்தும் மக்களின் கருத்தை அரசுக்குத் தெரிவித்தும் பாலமாக விளங்குகிறார்கள்.

அந்நிலையில் அவர்களுக்கு ஏற்படும் சிக்கல்களையும் அவற்றுக்கான தீர்வுகளையும் எண்ணி எம் ஃபில் பட்டத்திற்கான ஓர் ஆய்வேடாக நான் வழங்கினேன். அது இப்போது அச்சு வடிவம் பெறுகின்றது.

ஆய்வினை மேற்கொண்டபோது எனக்கு ஊக்கமளித்தும், நன்கு வழிகாட்டியும் இப்போது சிறந்த அணிந்துரை வழங்கியும் உதவிய என் மதிப்பிற்குரிய பேராசிரியை டாக்டர் சிவ. சசிரேகா அவர்கட்கு நன்றி.

ஆய்வின் போதும் நூல் உருவாகும் போதும் எனக்கு ஆர்வத்துடன் உதவிபுரிந்த என் பெற்றோர் டாக்டர் அ. விநாயகமூர்த்தி - திருமதி து. மு. கனகவல்லி ஆகியோர்க்கு நன்றியறிதலுடையேன்.

இதனை வெளியிடும் பாலமுருகன்பதிப்பகத்தார்க்கும், நன்முறையில் அச்சிட்ட அமுதச்சகத்தினர்க்கும், மிக்க நன்றி.

21-11-93.

—வி. அநுசூயா.

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

பொருளடக்கம்

1. தோற்றுவாய் — 1

2. மக்கள் தொடர்பு—வரலாறு — 7

3. மக்கள் தொடர்பு—விளக்கமும் நோக்கமும் — 17

4. கிராமப் புறங்களில் மக்கள் தொடர்பு முறை — 29

5. கிராமப்புறங்களில் மக்கள் தொடர்புப் பிரச்சினைகளும் தீர்வுகளும் — 49

6. இறுவாய் — 87

துணை நூற்பட்டியல் — 96

பின்னிணைப்புகள்

1. தகவலாளர் பட்டியல் — 98

2. வினா நிரல்கள் — 99

3. மக்கள் தொடர்பு அதிகாரியின் பேட்டி — 107

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

1. தோற்றுவாய்

இன்றைய உலகில் மிக வேகமாக வளர்ந்து வரும் தகவல் தொடர்புத் துறையின் பல பிரிவுகளில் மக்கள் தொடர்புத் (Public Relations) துறையும் ஒன்று. இத்துறை, மக்களுக்கும், அரசுக்கும் அல்லது நிறுவனத்திற்கும் இடையேயுள்ள உறவினை வளர்க்கவும், மக்களின் சமூக மேம்பாட்டினை மேலும் உயர்த்தவும் உதவுகிறது.

குடியரசு முதலான எந்த வகை ஆட்சியாயினும் அதற்குப் பொதுமக்கள் ஆதரவு தேவையாகிறது. இப்பொதுமக்கள ஆதரவுக்கு அடிப்படைத் தேவையானது மக்கள் தொடர்பு. இத்தொடர்புக்கு உதவுவன தகவல் தொடர்புச்சாதனங்கள். அரசின் திட்டங்கள், நடவடிக்கைகள், கொள்கைகள், வெற்றிகள், நிகழ்ச்சிகள், சாதனைகள்—எவையாயினும் அவை இச்சாதனங்களின் மூலமாக நாட்டின் பல்வேறு பகுதிகளில் இருப்பவர்களுக்கும் தெரிவிக்கப்பட வேண்டும். அப்படியே நாட்டின் மூலைமுடுக்குகளில் உள்ளவர்களுடைய குறைகள், தேவைகள், பிரச்சினைகள், வழக்குகள், கோரிக்கைகள் முதலியவற்றையும் மக்கள் தொடர்புத்துறை மூலமாகவே அரசு பெற முடியும். பொதுமக்களின் குறைகளைத் தீர்க்கவும், பிரச்சினைக்குத் தீர்வு காணவும், மக்களின் மகிழ்ச்சியை மேம்படுத்தவும் வழிவகைகள் காண முடியும் சுருங்கக் கூறின் அரசுக்கும் மக்களுக்கும் இடையில் சிறந்த தொரு பாலமாக இத்துறையே விளங்குகிறது.

வளரும் நாடான இந்தியாவில் பெரும்பாலான மக்கள் கிராமப் பகுதிகளில்தான் வாழ்கின்றனர். இவர்கள் தம்மையும் தமது கிராமத்தினையும் எவ்வாறு உயர்த்துவது என்று அறியாமல் வாழ்கின்றனர். மக்கள் தொடர்புத் துறையும், கிராம மக்களிடம் ஒரு செய்தியைத் தெரிவிப்பதும் பரப்புவதும் எப்படி என்றிவ்வாறு பல

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

பிரச்சினைகளில் சிக்கியுள்ளது ஏனெனில், கிராமங்களில் வாழும் மக்களுக்குப் பெரும்பாலான செய்திகளைத் தெரிவிப்பது அரசு மக்கள் தொடர்புத் துறையே.

இத்துறைக்குக் கிராமத்தைப் பொறுத்தவரையில் ஏற்படும் பிரச்சினைகளையும் தீர்வுகளையும் மையமாகக் கொண்டு, மக்கள் தொடர்புப் பிரச்சினைகளும் தீர்வுகளும் என்பது தலைப்பாக எடுத்துக்கொள்ளப்பட்டுள்ளது.

பத்திரிகைகள், வானொலி, தொலைக்காட்சி என்பன பற்றிய ஆய்வுகள் வளர்ந்த அளவிற்குக் கூட மக்கள் தொடர்பு பற்றிய ஆய்வு விரிவாகத் தமிழில் இன்னும் வளரவில்லை; குறிப்பாக, எம்ஃபில், ஆராய்ச்சிப் பட்ட ஆய்வு இன்னும் தொடங்கவே இல்லை எனலாம். இக் காரணங்களால், கிராமங்களில் மக்கள் தொடர்பு குறித்து ஆய்வு செய்வது பயனுடையதாகும் என்னும் நோக்கில் இவ்ஆய்வு மேற்கொள்ளப்பட்டுள்ளது.

கிராம மக்கள் வாழும் எளிய பகுதிகளில் மக்கள் தொடர்பு எந்த நிலையில் உள்ளது, தொடர்பு கொள்ளும்போது ஏற்படும் பிரச்சினைகள் என்னென்ன, அவற்றிற்கான தீர்வுகள் எவையேனும் உண்டா என ஆராய்தல் மிகவும் பயன் அளிப்பதாகும். குறிப்பாக, அரசு தனது மக்கள் தொடர்புத் துறையின் மூலம் கிராம மக்களுடன் தொடர்பு கொள்ள முற்படுதல், அதற்கான உத்திகளைக் கையாளுதல், அந்நிலையில் ஏற்படும் சிக்கல்கள், அவற்றிற்கான தீர்வுகள் என்பனவற்றைச் சிந்திப்பது அவசியமாகிறது. இச்சிந்தனை நோக்குடன் இத்துறையைப் பற்றி ஆராய்வதற்கு முடிவெடுக்கப் பட்டது.

மக்கள் தொடர்புத் துறையானது கிராமப் பகுதிகளில் உள்ள மக்களுக்குச் செய்திகளைத் தெரிவிப்பதிலுள்ள பிரச்சினைகள் மற்றும் தீர்வுகள் பற்றி மாதிரி ஆய்வு செய்ய மதுரை மாவட்டத்தைச் சேர்ந்த உத்தங்குடி

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

என்ற கிராமம் ஆய்வுக்களமாகக் கொள்ளப்பட்டுள்ளது. இது, மதுரைக்கு வடக்கே 5 கி.மீ. தொலைவிலுள்ளது.

மக்கள் தொடர்புத் துறையானது அரசு நிறுவனங்களிலும் தனியார் நிறுவனங்களிலும் செயல்படும். தனியார் நிறுவனங்களும் கிராமப்புறங்களில் மக்கள் தொடர்புத்துறையின் மூலம் தொடர்பு கொள்வதுண்டு. எனினும், கிராமத்தின் வளர்ச்சிக்கான நோக்கத்தில் செயல்படுவது அரசின் மக்கள் தொடர்புத் துறையே. ஆதலின், 'தமிழக அரசு மக்கள் தொடர்புத் துறை' ஆய்வுக்களமாகக் கொள்ளப்பட்டுள்ளது.

ஆய்வு தொடர்பாகத் திரட்டப்படும் தரவுகள் (Data) ஆதாரங்கள் எனப்படும். இவை முதன்மை ஆதாரங்கள், துணை ஆதாரங்கள் என இருவகைப்படும்.

ஆய்விற்குப்பட்ட கிராம மக்களிடம் அரசு மக்கள் தொடர்புத்துறை, தொடர்பு கொள்வதில் ஏற்படும் பிரச்சினைகள், தீர்வுகள் பற்றி அறிவதற்குச் சென்னை தலைமைச் செயலகத்திலுள்ள மக்கள் தொடர்புத்துறை அதிகாரிகள் மற்றும் மதுரை மாவட்ட ஆட்சித் தலைவர் அலுவலக மக்கள் தொடர்பு அலுவலர்களிடம் திரட்டப்பட்ட கருத்துக்களும், அவ்வாறு அவர்கள் தொடர்பு கொள்ளும்போதுகிராமமக்களுக்கு ஏற்படும் பிரச்சினைகள், தீர்வுகள் பற்றிஅறிவதற்கு உத்தங்குடி கிராம மக்களிடம் திரட்டப்பட்ட கருத்துகளும் முதன்மை ஆதாரங்கள் ஆகும்.

மக்கள் தொடர்பு பற்றிய தகவல்களைத் தரும் தமிழ், ஆங்கில நூல்கள், கட்டுரைகள், இதழ்கள் என்பண துணை ஆதாரங்கள் ஆகும்.

கிராமப்புறங்களில் மக்கள் தொடர்பினால் ஏற்படும் பிரச்சினைகளையும் தீர்வுகளையும் பற்றி ஆராயும் போது, தமிழ்நாட்டுக் கிராமங்களின் சார்பாக மதுரை மாவட்டத்தைச் சேர்ந்த உத்தங்குடி மாதிரிக் கிராமமாக (Sample

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

Village) எடுத்துத் தகவல்கள் திரட்டப்பட்டு, அவற்றைக் கொண்டு முடிவுகளைப் பெற முற்படுவதால் மாதிரி ஆய்வு (Case Study) முறையும் இங்கே மேற்கொள்ளப் பட்டுள்ளது.

மக்கள் தொடர்பின் வரலாற்றைக் கூறுவதற்கு வரலாற்று முறை ஆய்வும், கிராமப்புறங்களில் மக்கள் தொடர்பு எவ்வாறு உள்ளது, ஆய்விற்கு எடுத்துக் கொள்ளப்பட்ட உத்தங்குடி கிராமத்தில் மக்கள் தொடர்பின் நிலை என்ன என்பதனைப் பற்றி விளக்குவதற்கு விளக்கமுறை ஆய்வும், மக்கள் தொடர்புச் சிக்கல்களை வகைப்படுத்தி, அதற்கான தீர்வுகளையும் வகைப்படுத்திப் பகுத்தாராயப் பகுப்பாய்வு முறையும், உத்தங்குடி கிராம மக்களிடமிருந்தும் மக்கள் தொடர்புத் துறையிடமிருந்தும் பெறப்பட்ட கருத்துகளை மதிப்பீடு செய்வதற்காக மதிப்பீட்டாய்வு முறையும் மேற்கொள்ளப்பட்டுள்ளன.

பேட்டி, வினாநிரல் என்னும் ஆய்வு உத்திகளும் பயன்படுத்தப்பட்டுள்ளன.

''மக்கள் தொடர்புப் பிரச்சினைகளும் தீர்வுகளும்'' என்ற பொருளில் அமைந்துள்ள இவ்வாய்வு தோற்றுவாய் இறுவாய் உட்பட ஆறு இயல்களாகப் பகுக்கப்பட்டுள்ளது.

'மக்கள் தொடர்பு - வரலாறு' என்ற இயல் மேலைநாடுகளில் மக்கள் தொடர்பு அறிமுகமாகி, இந்தியாவில் வளர்ந்த நிலையினைக் கூறுவதாய் அமைக்கப்பட்டுள்ளது.

இதனையடுத்துள்ள 'மக்கள் தொடர்பு - விளக்கமும் நோக்கமும்' என்ற இயலில் மக்கள் தொடர்பு பற்றிய பொதுவான விளக்கங்களும் அதன் நோக்கங்களும் கூறப்பட்டுள்ளன.

'கிராமப்புறங்களில் மக்கள் தொடர்பு முறை' என்ற இயல், கிராமப்புறங்களில் மக்களிடம் தொடர்பு

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

கொள்வதற்காக அரசு என்னென்ன கருவிகளைப் பயன்படுத்துகின்றது; ஆய்விற்குட்படுத்தப்பட்ட உத்தங்குடி என்ற கிராமத்தில் மக்கள் தொடர்புக் கருவிகளின் நிலை என்ன என்பவற்றைப் பற்றிக் கூறுவதாய் அமைந்துள்ளது.

அடுத்து வரும் 'கிராமப்புறங்களில் மக்கள் தொடர்புப் பிரச்சினைகளும் தீர்வுகளும் 'என்ற இயலில்', அரசின் மக்கள் தொடர்புத் துறையானது கிராமப்புறங்களில் தொடர்பு கொள்ளும்போது ஏற்படும் பிரச்சினைகள், அவற்றிற்கான தீர்வுகள் பற்றிக் கூறப்படுகின்றன. கருத்துகளை மக்கள் தொடர்பு அலுவலகத்திலிருந்தும், உத்தங்குடி கிராமத்தைச் சேர்ந்த மக்களிடமிருந்தும் பெற்றநால் அவற்றை மதிப்பீடு செய்வதாயும் இவ்வியல் அமைந்துள்ளது.

'இறுவாய்' என்ற இயல், இவ்வாய்வின் மூலம் கண்டறியப்பட்ட முடிவுகளைத் தொகுத்து உரைப்பதாக உள்ளது.

இயல்களை அடுத்து, ஆய்வுக்குப் பயன்பட்ட துணைநூல்களின் பட்டியல் தரப்பட்டுள்ளது.

இறுதிப் பகுதியாகப் பின்னிணைப்பு இடம் பெற்றுள்ளது.

பின்னிணைப்பில், வினாநிரல்களின் மூலம் தங்கள் கருத்துக்களைத் தெரிவித்த அரசு (சென்னை மற்றும் மதுரை) மக்கள் தொடர்புத்துறைத் தகவலாளர் பட்டியல் இடம் பெறுகின்றது.

'மக்கள் தொடர்புப் பிரச்சினைகளும், தீர்வுகளும்' பற்றி அறிவதற்காக மக்கள் தொடர்பு அலுவலர்களிடமும் **உத்தங்குடி** கிராமத்து மக்களிடமும் கொடுக்கப்பட்ட **இருவகை** வினாநிரல்களின் மாதிரிப்படிவங்கள் அடுத்துக் கொடுக்கப்பட்டுள்ளன.

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

அடுத்து, உத்தங்குடி கிராம மக்களின் தகவல்களி-லிருந்து பெறப்பட்ட முடிவுகள் அட்டவணையாகத் தரப்பட்டுள்ளன.

மக்கள் தொடர்புத் தொடர்பான செய்திகளைக் கூறிய அரசு தலைமைச் செயலகத்தைச் சேர்ந்த மக்கள் தொடர்பு அதிகாரியின் பேட்டி ஒன்று இதனை அடுத்து அமைகின்றது.

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

2. மக்கள் தொடர்பு - வரலாறு

அரசு நிறுவனங்கள், தனியார் நிறுவனங்கள் மற்றும் கூட்டமைப்பு நிறுவனங்களில் மக்கள் தொடர்புத் துறை என்பது இன்றியமையாத ஒரு துறையாக விளங்கி வருகின்றது. சர்வாதிகார மற்றும் பொதுவுடைமை நாடுகளை விட மக்களாட்சி நாடுகளில் மக்கள் தொடர்பு மிகவும் போற்றப்பட்டு வருகின்றது. எங்கும் வியாபித்-திருக்கின்ற இம் மக்கள் தொடர்பு மேலைநாடுகளில் தோன்றி, இந்தியாவில் வளர்ந்தமை பற்றி இவ்வியலில் காணலாம்.

மேலைநாடுகளில் மக்கள் தொடர்பு

1558-இல் இங்கிலாந்து நாட்டில் பட்டமேற்ற அரசி முதலாம் எலிசபெத் மக்கள் தொடர்புக் கலையின் நுட்பத்தை உணர்ந்திருந்தார். 45 ஆண்டுக் காலம் அவர் இங்கிலாந்தை ஆண்டமைக்கு இக்கலையின் நுட்பத்தை அவர் அறிந்திருந்தமையே காரணம் என்பர் தாமே பொதுமக்களைச் சந்திப்பதும், அவர்களுடைய குறைகளைக் கேட்பதும், அரசாங்கத்தின் பணிகளைக் கூறுவதும் என நாடு முழுக்கப் பயணம் செய்து மக்க-ளோடு அவர் தொடர்பு கொண்டிருந்தார். அது மட்டு மன்றி, இதற்காக அவர் அலுவலர் பலரை நியமித்திருந் தார். எனவே, மக்கள் தொடர்பு என்பது புதிதல்ல என்பது தெரிய வருகிறது.

16-ஆம் நூற்றாண்டில் அமெரிக்க ஐக்கிய நாடு-களில் வாழ்ந்த சர். வால்டர் ராலே என்பவர்தாம் மக்கள் தொடர்புக் கலையைத் தோற்றுவித்து வளர்த்தவர்.[1] பின்னர், டாக்டர் ஸ்காட் கட்லிப் (Dr. Scott Cutlip) முதலானோர் இக்கலையை மெருகூட்டி வளர்த்தார்கள்.

1807 - க்கு முன்னால் கிரேக்க நாட்டில் 'வாக்ஸ் பாப்புலி-மக்கள் குரல்' (Vox Populi - Voice of People),

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

'வாக்ஸ் டெய்-தெய்வத்தின் குரல்' (Vox Dei-Voice of God) என்ற இரு கருத்துகள் நிலவி வந்தன. அதாவது மக்கள் கருத்தே மகேசன் கருத்து எனப்பட்டது.

'மக்கள் தொடர்பு' (Public Relations) என்ற சொல் 1807 - இல் தாமஸ் ஜெஃபர்ஸன் (Thomas Jefferson) என்பவரால்தான் முதன் முதலாகப் பயன்படுத்தப்பட்டது இவர், அமெரிக்கக் காங்கிரஸின் ஏழாவது மாநாட்டு உரையில் அரசியல் சிந்தனை பற்றிச் சொல்லும் போது 'மக்கள் தொடர்பு' என்ற சொல்லைப் பயன்படுத்தினார்.

1880 முதலாக அமெரிக்காவில் தொழிற்புரட்சி இடம் பெற்றது. அப்போது பொருட்களின் உற்பத்தியைப் பற்றியும் தரத்தைப் பற்றியும் மக்களுக்குச் சொல்லவும், மக்களின் கருத்தை உற்பத்தியாளர்களுக்குச் சொல்லவும் மக்கள் தொடர்பு அதிகாரிகள் பணிபுரிந்தார்கள்.

1903-இல் ஐவி லீ (Ive Lee) என்பவர் ராக்பெல்லரிடம் அந்தரங்க உதவியாளராகப் (Personal Assistant) பணி-புரிந்து வந்தார். 'பேராசை பிடித்த பணக்காரக் கிழவன்' என்று பேசப்பட்டு வந்த ராக்பெலலர், 'ஐவி லீ உதவி-யாளராக வந்த பிறகு 'அறத்தின் அன்புத் தலைவன்' எனப் பேசப்பட்டார். ஐந்து வருடத்திற்குள் இந்த மாற்றத்தைச் செய்து காட்டியவர் ஐவி லீ.

இதுதான் மக்கள் தொடர்பு வரலாற்றின் இரண்டாம் கட்டமாகும் இக் காலகட்டத்தின் தலை-சிறந்த மக்கள் தொடர்பு அறிஞராகவிளங்கியவர், ஐவி லீ. 'நவீன கால மக்கள் தொடர்பியலின் தந்தை'யெனவும் இவர் புகழப்படுகிறார்.[2]

1914 - இல் முதல் உலகப் போர் தொடங்கி நடந்த போது அமெரிக்க ஜனாதிபதி வில்சன். மக்கள் தொடர்புக் குழு (Committee on PR) என்ற குழுவைத் தோற்றுவித்தார். இக்குழுவின் தலைவராக ஜார்ஜ் க்ரீல் (George Creel) என்பவர் இருந்தார்.

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

1918 - இல் 'மக்கள் கருத்துப் படிமமாக்கல்' (Crystelling Public Opinions) என்ற நூலை எட்வர்ட் பெர்னேய்ஸ் (Edward Bernays) வெளியிட்டார்.

1929 இல், உலகம் முழுவதும் பேரளவில் பொருளாதார மந்த நிலை ஏற்பட்ட போது மக்கள் தொடர்பு அதிகாரிகள் பிரசாரத்திற்குக் கைகொடுத்து உதவினார்கள். இரண்டாம் உலகப் போர்க்காலத்தில் அமெரிக்கா மட்டுமல்ல, இங்கிலாந்து, ஜெர்மனி, பிரான்ஸ், ஜப்பான் முதலான பல்வேறு நாடுகளுமே பிரசாரத்தின் வலிமையை உணர்ந்து மக்கள் தொடர்புத் துறையில் கவனம் செலுத்தி நன்கு வளர்த்தார்கள்

மேலை நாடுகளில் மக்கள் தொடர்பானது 19-ஆம் நூற்றாண்டில் ஓரளவு வளர்ச்சியைப் பெற்றிருக்க, இந்தியாவிலோ 19-ஆம் நூற்றாண்டின் தொடக்க காலத்தில்தான் மக்கள் தொடர்பின் அவசியம் உணரப் பட்டது.

இந்தியாவில் மக்கள் தொடர்பு

8 ஆம் நூற்றாண்டில் வாழ்ந்த ஆதிசங்கரர், பல்வேறு மதத்தினரையும், அவர்களது பிழையான மதநூல்களையும் தம் சொல்வன்மையால் வென்றார். இந்தியாவில் ஐந்து மடங்களை நிறுவி அவற்றின் மூலம் தம் மதக்கருத்துக்களைப் பரப்பினார் எனவே, இந்தியாவில் மக்கள் தொடர்பானது 8 - ஆம் நூற்றாண்டிலேயே தொடங்கப்பட்டுவிட்டது எனலாம். தொடர்பு முறை அப்போதே இருந்து வந்துள்ளது; மக்கள் தொடர்பிற்கான சாதனங்கள் தாம் மாறி வந்துள்ளன. எனினும், 19-ஆம் நூற்றாண்டில் தான் மக்கள் தொடர்பின் தேவை நன்கு உணரப்பட்டு வளர்ச்சி பற்றது.

1912-இல் டாட்டா இரும்பு எஃகுத் தொழிற் சாலை ஜாம்ஷெட்பூரில் நிறுவப்பட்டபோது, சமுதாய,

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

பண்பாட்டு, பொருளாதார வளர்ச்சிக்கான வழிகளைக் கையாள மக்கள் தொடர்புத் துறை அங்குத் தோற்றுவிக்கப்பட்டது. இத்துறை மூலமாகவே தண்ணீர், மின் சக்தி, கல்வி ஆகிய துறைகளில் ஜாம்ஷெட்பூர் நகரியத்தில் முன்னேற்றங்கள் ஏற்பட்டன.

இதனைத் தொடர்ந்து மஃபத்லால், பஜாஜ், பிர்லா என்னும் நிறுவனங்களும் தங்கள் நிறுவனங்களில் மக்கள் தொடர்புத் துறையை அமைத்தன. எனவே, மக்கள் தொடர்பானது தனியார் நிறுவனங்களில்தான் முதலில் தொடங்கப்பட்டது என்று கூறலாம்.

தனியார் நிறுவனங்களைப் பின்பற்றித் தென்னிந்திய ரயில்வேத் துறையும் மக்களை எளிதில் கவர்வதற்காகப் பயணச் சலுகைகள் போன்ற திட்டங்களை மக்கள் தொடர்புத் துறையின் உதவியால் பத்திரிகைகள், துண்டுப் பிரசுரங்கள் ஆகியவற்றின்மூலம் மக்களிடையே அறிவித்தது இதனால், இத் துறையானது மக்களிடையே நல்ல வரவேற்பைப் பெற்றது.

1920-இல் 'மைய விளம்பரக் குழு' (Central Publicity Board) மைய அரசினால் ஏற்படுத்தப்பட்டது. பின்னர் இது விளம்பர நிறுவனமாகப் (Publicity Board) பெயர் மாற்றம் செய்யப்பட்டது. தரைப்படை, கடற்படை மற்றும் அயல்நாட்டு அரசியல் துறைகளைச் சேர்ந்தவர்கள் இதில் உறுப்பினர்களானார்கள்.

1921-இல் இந்திய அரசு, மையச் செய்தி நிறுவனத்தைத் (Central Bureau of Information) தோற்றுவித்தது. இவ்விரு நிறுவனங்களும் முதலாம், இரண்டாம் உலகப் போர் பற்றிய செய்திகளையே மக்களுக்கு அறிவித்து வந்தன. 1935-இல் இது மக்கள் செய்தி இயக்ககத்துடன் (Directorate of Public Instruction) இணைக்கப்பட்டது 1939-இல் இது மேலும் பல வளர்ச்சிகளைப்

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

பெற்று, செய்தி மற்றும் ஒலிபரப்பு இயக்ககம் (Directorate of information and Broadcasting) எனப் பெயர் மாற்றம் செய்யப்பட்டது.

இதே காலகட்டத்தில் காந்தியடிகள், சிறந்த மக்கள் தொடர்பாளராக இருந்து வந்தார். சிதறிக் கிடந்த இந்தியாவை ஒன்றுபடுத்தி. வலிமையான ஆங்கிலேயரை இரத்தமில்லாத அமைதிப்போரின் மூலம் வென்றார். இவையெல்லாம் சாத்தியமானது எவ்வாறெனில். யங் இந்தியா, ஹரிஜன் போன்ற இதழ்களின் மூலம் எழுதி, மக்களைத் தினமும் சந்தித்துப் பேசினார்; கூட்டங்களை அமைத்து இடையறாமல் பேசினார். தம் இயக்கத்தால் பாரதத்தின் வலிமை அதிகரிக்கும் என்ற நம்பிக்கையின் மூலம் மக்கள் தொடர்புச் செயல்பாட்டுக்கு வழிகாட்டினார். இதனால் மக்கள் மனத்தில் சுதந்திர உணர்வு எழுச்சி பெற்றது. இந்தியாவும் 1947 - இல் விடுதலை பெற்றது.

விடுதலைக்குப்பின் புதிய அரசியல், பொருளாதாரச் சூழ்நிலைகளும், பண்பாட்டு நிறுவனங்களும் இந்தியாவின் பல்வேறு பகுதிகளில் வேர் கொண்டன. இதனால் மைய அரசு, மாநில அரசுகள் இதற்கான சட்டங்களும் சட்டத் திருத்தங்களும் செய்தன. நாட்டு வளர்ச்சிக்கான பல்வேறு திட்டங்களிலும் பொதுமக்களின் நம்பிக்கையைப் பெறுவதற்காகவும், ஒத்துழைப்பைப் பெறுவதற்காகவும், அரசு, மக்கள் தொடர்பை விரிவுபடுத்த வேண்டியதாயிற்று. அரசுக்கும் மக்களுக்கும் இடையே கருத்துப் பரிமாற்றத்தை ஏற்படுத்துவதற்குப் பல்வேறு உட்பிரிவுகளைக் கொண்ட தனி அமைச்சகத்தை மைய அரசு உருவாக்கிற்று.

1955 - இல் சர்வதேச மக்கள் தொடர்புச் சங்கம் (International Public Relation Association) தொடங்கப்பட்டது இதன் கிளைகள் உலகெங்கிலும் உள்ளன.

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

இதன் ஒப்புதல் பெற்றதாக இந்திய மக்கள் தொடர்புக் கழகம் விளங்குகிறது.

1958-இல் இந்திய மக்கள் தொடர்புக் கழகம் (Public Relation Society of India) ஏற்படுத்தப்பட்டது. இது, அத்தொழிலில் ஈடுபட்டோரின் ஒழுக்க நெறிகளை (Code of Ethics) வரையறுத்தது. இக்கழகத்தின் நோக்கங்கள், 'மக்கள் தொடர்பை முறையான தொழிலாக நடத்திச் செல்லவும், நிறுவனத்தின் முழுமையான, முறையான மதிப்புப் பெற்ற மக்கள் தொடர்பின் ஆற்றலையும் பண்பையும் மக்களுக்கு எளிமையாகவும் முறையாகவும் உண்மையாகவும் தெரியப்படுத்தல் என்று வரையறுக்கப்பட்டன.

மேலும் இக்கழகமானது, 'மக்கள் தொடர்பு' ('Public Relations') என்ற காலாண்டு இதழை வெளியிட்டு வருகின்றது. இக் கழகத்தின் கிளைகள் இந்தியாவில் பம்பாய், அகமதாபாத், தில்லி, கான்பூர், கல்கத்தா, விசாகப்பட்டினம், பெங்களூர், சென்னை, கொச்சி ஆகிய இடங்களில் பொது மக்கள் தொடர்புப் பயிற்சியை அளித்து வருகின்றன. இதற்கான ஒரு தனி மாநாடு அகில இந்திய மக்கள் தொடர்பு மாநாடு - 1968-இல் புதுடெல்லியில் நடைபெற்றது.

இரண்டாவது மாநாடு சென்னையில் 1970-இல் நடைபெற்றது. இம்மாநாடு முதல் மாநாட்டைப் போலவே முக்கியத்துவம் வாய்ந்தது ஒழுக்க நெறிகள் முதலாவது மாநாட்டில்வலியுறுத்தப்பட்டன என்றால், இம்மாநாட்டில் மக்கள் தொடர்பு அதிகாரிகளின் நிலைமை மதிப்பிடப்பட்டது அவர்களுடைய முன்னேற்றத்துக்கான வழி முறைகள் இதில் காணப்பட்டன. இப்படிப் பல்வேறு கால கட்டங்களில் பல மாநாடுகள் நடைபெற்று வந்தன.

இதனைத் தொடர்ந்து, 1972, 1974, 1976, 1978 1980 - ஆம் ஆண்டுகளில் முறையே கல்கத்தா,

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

பம்பாய், புதுடெல்லி, கொச்சி, கல்கத்தா என்னுமிடங்களில் இம் மாநாடு நடைபெற்றது.

1982 - இல் இந்திய மக்கள் தொடர்புக் கழகத்தின் எட்டாவது மாநாடு பம்பாயில் நடைபெற்றது. இதில் 36 நாடுகளைச் சேர்ந்த 900 சார்பாளர்கள் கலந்து கொண்டனர். அப்போது, மக்கள் தொடர்புத் துறையில் ஏற்படும் சிக்கல்கள், இத்துறைக்கு வருங்காலத்தில் உள்ள தேவை, வளர்ச்சிக்குரிய வழிகள், விஞ்ஞானத் தொழில் நுட்பக் கருவிகளைப் பயன்படுத்திக் கொள்ளும் வகைகள் ஆகியன ஆராயப்பட்டன. சிக்கல்களுக்கான தீர்வுகள் பற்றிய கருத்துக்களைச் சார்பாளர்கள் தங்களுடைய அனுபவங்களுடன் எடுத்துரைத்தனர்.

9, 10, 11, 12, 13-ஆவது மாநாடுகள் முறையே,

1984—இல் பெங்களூர்,

1986—இல் புதுடெல்லி

1988 - இல் ஹைதராபாத்

1989 - இல் கல்கத்தா

1990—இல் பெங்களூர்

என்று இவ்வாறு நடைபெற்று வந்தன.

இந்திய மக்கள் தொடர்புக் கழகத்தின் 15 கிளைகள் அகமதாபாத், பெங்களூர், போபால், பம்பாய், கல்கத்தா, சண்டிகர், புதுதில்லி, ஹைதராபாத், கேரளா, சென்னை, கோவை, பூனா, விசாகப்பட்டினம், வடோடாரா (Vadodara) மற்றும் ஒரிசா ஆகிய இடங்களில் இப்போது செயல்பட்டுக் கொண்டிருக்கின்றன.

இன்றைய நிலை

இன்று இந்தியாவில் பல நிறுவனங்கள் மக்கள் தொடர்புத்துறையுடன் இயங்கி வருகின்றன. மேலும், மக்கள் தொடர்புத் துறையைப் பொறுத்தவரையில்

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

இந்தியா தொழில் நுட்பத்தின் உயர்ந்த நிலையை அடைந்து நல்ல புகழைப் பெறுவதற்கு வாய்ப்பு உள்ளது ஏனெனில், மக்கள்தொடர்பியலில் தொடர்பியல் உத்திகள் (Communication Techniques) பலவற்றைப்பயன்படுத்தி நிறைந்த பயனை அடைந்து வருகிறது. பல்வேறு தடைகளும் சிரமங்களும் இருப்பினும், அமெரிக்கா போன்ற உலக நாடுகளுடன், போட்டியிடும் அளவுக்கு இந்தியா மக்கள் தொடர்பியலில் பல முன்னேற்றங்களை அடை-வதற்கான அறிகுறிகள் தோன்றியுள்ளன.

முன்னேற்ற அறிகுறிகள் பல காணப்படினும், நமது மக்கள் தொடர்புத்துறையானது நாடு முழுமைக்குமான மக்கள் தொடர்புக் கொள்கையை வகுத்துக் கொள்ள வேண்டும். அதே சமயம் நிறுவனங்களுக்குப் பொருத்த-மான நிர்வாக அமைப்பும் பணிமுறைகளும் உருவாக வேண்டும்.

மேலைநாட்டுத் தொழில் நுட்பங்களில் சில இந்தியா-விற்குப் பொருந்தாதவை. எனவே, இந்தியாவின் மக்கள் தொடர்புத் துறையானது இந்தியச் சூழலுக்கு ஏற்றபடி மரபு வழி மற்றும் நவீன தகவல் தொடர்புச் சாதனங்களை இணைத்துச் செயலாற்றத் தொடங்க வேண்டும் இந்தப் புதிய உத்திகளைக் கையாண்டால், மேலை நாடுகளையும் மிஞ்சும் அளவிற்கு இந்தியாவின் மக்கள் தொடர்புத் துறை முன்னேற்றமடைய வாய்ப்புண்டு.

எந்தவொரு வளர்ச்சிக்கும் முறையான கல்வி அவசியம். ஆனால், இந்தியப் பல்கலைக் கழகங்களில் மக்கள் தொடர்புக்கென்று முறையான கல்வி முறை இன்னும் ஏற்படவில்லை. மக்கள் தொடர்பு அலுவலர்-களில் பலர் முறையான பயிற்சியோ, மக்கள் தொடர்புக் கல்வி அடிப்படையோ இல்லாதவர்களாகவே இருக்கிறார்கள்.

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

வணிக மேலாண்மை, கணினி அறிவியல் (Computer Science) போன்ற தற்போதைய துறைகள் மக்களிடையே பெற்ற மதிப்பைக் கூட இந்தியாவில் 7 ஆண்டுகளாகச் செயல்பட்டு வரும் மக்கள் தொடர்புத் துறை பெற முடியவில்லை. இந்நிலை மாற வேண்டும்.

மேலை நாடுகளில் 15-ஆம் நூற்றாண்டில் தொடங்கப்பட்ட மக்கள் தொடர்பானது 16-ஆம் நூற்றாண்டில் நல்ல நிலையைப் பெற்றது. 18, 19-ஆம் நூற்றாண்டுகளில் உச்சநிலையை அடைந்து விட்டது என்றே கூறலாம்.

இந்தியாவில் 19 ஆம் நூற்றாண்டில் தொடங்கப்பட்ட மக்கள் தொடர்பானது தனியார் நிறுவனங்களிடையே நல்ல பெயரைப் பெற்று வந்தது.

1958 இல் இந்திய மக்கள் தொடர்புக்கழகம் நிறுவப்பட்டு, அதன் கிளைகளின் மூலம் மக்கள் தொடர்பின் சேவைகள் பெருகி வருகின்றன. மாநாடுகள் நடத்தி அவற்றின் மூலம் இத்துறையைப் பற்றி ஆராய்ந்து வருகின்றது இக்கழகம்.

எனினும், முறையான பயிற்சி, மக்கள் தொடர்புக் கொள்கை போன்றவை இன்மையால் நம் நாட்டில் மக்கள் தொடர்பானது இன்னும் முன்னேறாமல் இருக்கிறது. இப்போக்கு மாறினால், உலகநாடுகளை இந்திய மக்கள் தொடர்புத்துறை மிஞ்சும் நிலை கட்டாயம் ஏற்படும்.

அடிக்குறிப்புகள் :

1. K.R. Balan - Lectures on Applied Public Relations, pp 5-6.
2. ஜான் லோப்பஸ்-மக்கள் தொடர்புக் கலை, ப.17.

ஆக்கத்திற்கு உதவிய நூல்கள்

K.R. Balan - Lectures on Applied Public Relations, pp.1-13.

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

G. C. Banik - A Guide to Public Relations & Journalism, pp. 69-70.

Sam Black - Practical Public Relations, p.. 158.

Erik Burnouw, and others - International Encyclopaedia of Communications, Vol. 3, pp. 391-393.

Vijay Menon (Ed) New Strategy for Indian Public Relations, Media Asia, Vol. 17, No.4c pp 223-225.

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

3. மக்கள் தொடர்பு - விளக்கமும் நோக்கமும்

ஒரு தனி நபரோ நிறுவனமோ பிறர் தொடர்பின்றி வாழவோ வளர்ச்சி பெறவோ முடியாது. ஏனெனில், மனிதன் சமுதாயத்தின் ஓர் அங்கம். எனவே, அத் தனி மனிதனோ அந்நிறுவனமோ பலரோடும் ஏதாவது ஒரு வகையில் தொடர்பு கொள்ள வேண்டியுள்ளது. தன்னுடைய கருத்தை மற்றவர்க்குப் புலப்படுத்த வேண்டியுள்ளது. அவ்வாறு புலப்படுத்துவதற்கு ஏதாவது ஒரு கருவி பயன்படுகிறது. இவ்வகையில் தோன்றி, வளர்ந்து விரிவு அடைந்ததே மக்கள் தொடர்புக் கலையாகும்.

மக்கள் தொடர்புக் கலை,

1. செய்திகளை மக்களுக்குத் தெரிவிப்பது
2. மக்களை நெறிப்படுத்துவது
3. மக்களை வசப்படுத்துவது

என்னும் மூன்று அடிப்படைகளைக் கொண்டது.[1] இம் மக்கள் தொடர்பானது நெடுங்காலமாக நிகழ்ந்து வரும் செயலாகும். இத்தகைய மக்கள் தொடர்பின் விளக்கங்களையும், நோக்கங்களையும் இவ்வியலில் காணலாம்.

மக்கள் தொடர்பு - விளக்கம்

தன்னைச் சூழ்ந்து இருக்கும் ஆடவர், பெண்டிர், இளையோர், முதியோர், கற்றோர், கல்லாதோர் என எவ்வகைப்பட்ட மக்களாயினும், அவர் நண்பராயினும் பகைவராயினும் அவரோடு நேரடியாகவோ மறைமுகமாகவோ தொடர்பு கொள்வதே மக்கள் தொடர்பு எனப்படும்.

மக்கள் தொடர்பு பற்றிச் சொல்லும்போது டாக்டர் அ. விநாயகமூர்த்தி, ''ஒருவர் அல்லது ஒரு நிறுவனம் அல்லது ஓர் அரசு தன்னைப் பற்றிய நல்லெண்ணத்தையும் மதிப்பையும் மக்களிடம் பெருக்கவும் நிலைநிறுத்த-

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

வும் அமைக்கப்படும் தகவல் பிரிவு மக்கள் தொடர்புத் துறை ஆகும். இதற்குப் பொறுப்பேற்பவர் மக்கள் தொடர்பு அலுவலர்[2]'' என்று தமது விளம்பரக் கலை என்ற நூலில் கூறுகின்றார்.

மக்கள் தொடர்பு என்பது, தனியார் நிறுவனமோ அரசு நிறுவனமோ, அந்நிறுவனத்தின் கொள்கைகளையும் நடவடிக்கைகளையும் தொடர்புடைய மக்களுக்குத் தெரியப்படுத்துவதாகும். மேலும், அக்கொள்கைகளைப் பற்றியும், அந்நடவடிக்கைகளைப் பற்றியும் மக்கள் கூறும் கருத்துகளை நிறுவனத்திற்குத் தெரிவிக்கும் பணி-யையும் செய்வதாகும்.

எடுத்துக்காட்டாக, தமிழக அரசானது கருவுற்ற மகளிர்க்கு ரூ. 200/- வரை நிதியுதவி வழங்குவதாக முன்பு அறிவித்த போது நிகழ்ந்ததைக் கூறலாம். இவ்வறிவிப்-பினைப் பத்திரிகைகள், துண்டுப் பிரசுரங்கள் (Pamphlets), சிற்றேடுகள், வானொலி ஆகியவற்றின் மூலம் மக்கள் தொடர்பாளர் மக்களுக்குத் தெரியப்படுத்தினார். பின்பு, இத்திட்டத்தின் மீதான மக்களின் கருத்துகளையோ அல்லது எதிர்ப்புகளையோ அல்லது விமர்சனங்களை-யோ அரசிற்குத் தெரிவித்தார். இத்தகைய செயல்பாடே மக்கள் தொடர்பு எனப்படும்.

இதனையே, ''நிறுவனம்-மக்கள் ஆகியோருக்கிடை-யே பரஸ்பரம் பரிவுணர்வுகளைப் புரிந்து கொள்ளும் தன்மையை ஏற்படுத்தி அதைத் தொடர்ந்து காத்து வரும் செயலூன்றித் திட்டமிடப்பட்ட உறுதியான முயற்சி-யே தொடர்பு''[2] என்று ஜான் லோப்பஸ் கூறுகிறார்.

மக்களோடு கொள்ளும் தொடர்பு மக்கள் தொடர்பு. பலவகையான மக்களோடும் தன் கருத்தைப் புலப்படுத்து-வதற்கு மேற்கொள்ளும் முயற்சியால் விளைவதே மக்கள் தொடர்பு ஆகும்.

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

''மக்கள் தொடர்பு இரு வழியால் அமைவது. தான் மற்றவர்க்கு உணர்த்துவதும் மற்றவரால் தான் உணர்-வதும் என்பன அவை. விருப்பங்களின் அடிப்படையில் ஏற்படுகின்ற மோதல்களைத் தவிர்த்து ஒருவரையொரு-வர் உண்மையாகப் புரிந்து கொள்ளவும் செய்திகளை முழுமையாக அறிந்து நம்பிக்கையை வளர்த்துக் கொள்-ளவும் தேவைப்படுகிறது இது.[3]

நிறுவனத்திற்கும் நுகர்வோருக்கும் (மக்களுக்கும்) இடையேயான உறவை நன்கு பலப்படுத்தி அதனைப் பாதுகாப்பதே மக்கள் தொடர்பு

ஒரு தனியார் நிறுவனத்தைச் சேர்ந்த மக்கள் தொடர்-பாளர் அந்நிறுவனம் தயாரிக்கின்ற பொருட்களைப் பற்றி மக்களுக்குத் தெளிவாக எடுத்துக் கூறுகிறார். பின்பு, அப்பொருட்களின் மீது மக்களுக்கு ஆர்வம் ஏற்படும் வகையில் சில தொடர்பியல் உத்திகளைக் கையாள்கிறார். அதாவது அந்நிறுவனம் பற்றிய கருத்தரங்குகள், விளக்கப் படங்கள், நிறுவன வெளியீடுகள் ஆகியவற்றைப் பயன்-படுத்துவதுடன் வாய்மொழி மூலமாகவும் நிறுவனத்தைப் பற்றி எடுத்துக் கூறுகின்றார். இதனால் மக்களும் அத் தனியார் நிறுவனத்தின் பொருட்களை வாங்க முற்படு-கின்றனர். நிறுவனத்திற்கும் பொருள்களை அதிக அளவில் விற்பனை செய்ய வாய்ப்பு ஏற்படுகின்றது. இவ்வாறு நிறுவனத்திற்கும் மக்களுக்கும் இடையில் செயல்பட்டு, இவர்களிடையே உறவை ஏற்படுத்தி நன்கு பலப்படுத்தும் செயலையும் செய்வது மக்கள் தொடர்பு.

தனியார் நிதி நிறுவனம் அல்லது கல்வி நிறுவனம் அல்லது அரசு நிறுவனம் பற்றி மக்கள் முழுமையாக அறிந்து கொள்வதற்கு இந்நிறுவனத்தின் மக்கள் தொடர்-பாளர் மக்களிடம் நிறுவனத்தைப் பற்றியும் நிறுவனத்-திடம், மக்களைப் பற்றியும் எடுத்துக்கூறிப் பாலமாகச் செயல்படுவதை மக்கள் தொடர்பு எனலாம்.

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

தனியார் நிறுவனத்திற்கு எடுத்துக்காட்டாகக் கோத்ரெஜ் நிறுவனத்தின் மக்கள் தொடர்பினைக் கூறலாம். ''கோத்ரெஜ் நிறுவனத்தின் மக்கள் தொடர்பாளர் கோத்ரெஜ் நிறுவனத்தைப் பற்றி முழுமையாக மக்கள் அறிந்து கொள்வதற்கு ஏதுவாகப் பொருட்காட்சிகள், துண்டுப்பிரசுரங்கள், பத்திரிகைகளில் விளம்பரங்கள் போன்ற உத்திகளைக் கையாண்டார். அதே சமயம் இவ்வுத்திகளின் போது ஏற்பட்ட மக்களின் கருத்துகளைக் கோத்ரெஜ் நிறுவனத்திற்கு எடுத்துக் கூறினார். இச்செயலுக்குப் பிறகு தான் இந்நிறுவனத்தைப் பற்றி மக்கள் முழுமையாக அறிந்து கொண்டனர். அதே சமயம் இந்நிறுவனம் நல்ல புகழைப் பெறவும் ஆரம்பித்தது.''[4]

அரசு நிறுவனம் என எடுத்துக் கொண்டோமானால், மக்கள் தொடர்பானது நகர மக்கள், கிராம மக்கள் என்ற இரு பிரிவுகளிலும் செயல்படுகிறது. இந்தியாவில் கிராமங்களே அதிகமான அளவில் உள்ளன. மத்திய, மாநில அரசுகளின் பல திட்டங்கள், கொள்கைகள், சாதனைகள் போன்றவை கிராம மக்களுக்குச் சீராகப் பரப்பப்படாததாலேயே இந்தியா பின்தங்கியுள்ளது. இதனால், மத்திய அரசானது 'மைய அரசுத் தகவல் மற்றும் விளம்பர இயக்கம்' என்ற அமைப்பையும் மாநில அரசானது, 'மாநிலச் செய்தி மக்கள் தொடர்புத் துறை' என்ற அமைப்பையும் நிறுவியுள்ளன. இந்த அமைப்புகள் அரசின் இல்ல இதழ்கள், அரசு அறிக்கைகள், கையேடுகள், துண்டுப்பிரசுரங்கள், செய்திச்சுருள்கள் (News reels) போன்றவற்றின் வாயிலாக மத்திய, மாநில அரசுகளுக்கும் கிராம மக்களுக்கும் இடையில் கருத்துகளைப் பரிமாறி நல்லுறவை உருவாக்கி, நாட்டின் முன்னேற்றத்திற்கு உதவுகின்றன.

மக்கள் தொடர்பு பற்றிய கருத்துகள் அனைத்தையும் தொகுத்துப் பார்க்கும்போது மக்கள் தொடர்பு என்பது,

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

1. தன்னைச் சூழ்ந்து இருப்பவருடன் நேரடியாகவோ மறைமுகமாகவோ தொடர்பு கொள்ளுதல்

2. ஒரு நிறுவனம் தன் கொள்கைகளையும் நடவடிக்கைகளையும் மக்களுக்குத் தெரியப்படுத்தி அதனைப் பற்றிய மக்களின் கருத்தை அறிதல்

3. பலவகை மக்களோடும் தன் கருத்தைப் புலப்படுத்த மேற்கொள்ளும் முயற்சி

4. நிறுவனத்திற்கும் நுகர்வோருக்கும் இடையேயுள்ள உறவை நன்கு பலப்படுத்திப் பாதுகாத்தல்

5. நிறுவனத்திற்கும் மக்களுக்கும் இடையில் பாலமாகச் செயல்படுதல்

என்னும் அடிப்படையில் செயல்படுகிறது என்றறிய முடிகின்றது.

மக்கள் தொடர்பு - நோக்கம் 100036

எந்த ஒரு செயலும் ஏதேனும் ஒரு நோக்கத்தின் அடிப்படையிலேயே நடைபெறுகின்றது. மக்கள் தொடர்பானது,

1. நிறுவனம் நன்கு செயல்பட உதவுதல்
2. நிறுவனம் பற்றிய மக்களின் தவறான கருத்துகளை நீக்குதல்
3. நிறுவனத்திற்கு அறிவூட்டுதல்
4. நிறுவனத்தின் பெயரை மக்களிடையே நிலைத்திருக்கச் செய்தல்
5. நிறுவனத்தை மதிப்பிடுதல்
6. மக்களுக்கு நினைவுபடுத்துதல்
7. வெளிநாடுகளுடனான உறவை வளர்த்தல்

என்னும் நோக்கங்களை அடிப்படையாகக் கொண்டு செயல்படுகின்றது.

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

1. நிறுவனம் நன்கு செயல்பட உதவுதல்

நிறுவனத்தைப் பற்றிய மக்களின் எண்ணம், மதிப்பு ஆகியவற்றை மதிப்பிடுவதும் வளர்ப்பதுமான நோக்கங்களை மக்கள் தொடர்பு கொண்டுள்ளது. இந்நோக்கங்களால் நிறுவனமானது மக்களிடம் நம்பிக்கையும் அங்கீகாரமும் பெற்றுப் புதிய திட்டங்களை வகுப்பதற்கும் செயல்படுத்துவதற்கும் உதவுகிறது.

எடுத்துக்காட்டாக, மிகவும் பிற்படுத்தப்பட்டோர் மேன்மையுற 20 சதவிகித ஒதுக்கீடு என்ற திட்டத்தைத் தமிழ்நாடு மாநில அரசு அறிவித்தவுடன் மக்கள் தொடர்பு அலுவலர் மக்களிடையே இத்திட்டத்தைப் பற்றி எடுத்துரைக்கிறார். வழிகாட்டிகள் (Guides) மூலம் இத் திட்டத்தை மக்களிடையே - குறிப்பாகப் பிற்படுத்தப்பட்ட மக்களிடையே-மீண்டும் மீண்டும் பரப்புகிறார். அத்துடன் இவ்வகை மக்களுக்கு இத்திட்டத்தின் மீதான எண்ணம், மதிப்பு, விமர்சனம் ஆகியவற்றை அரசிடம் எடுத்துக்கூறி மாநில அரசானது இன்னும் பல திட்டங்களை வகுப்பதற்கு உதவுகிறார்.

2. நிறுவனம் பற்றிய மக்களின் தவறான கருததுகளை நீக்குதல்

சில சமயங்களில் நிறுவனத்தைப் பற்றிய தவறான கருத்துகள் மக்களிடையே பரவிட வாய்ப்புண்டு. அப்போது, இத் தவறான கருத்துகளை மக்கள் தொடர்பாளர் மக்கள் மனத்திலிருந்து நீக்குவதுடன் மீண்டும் நிறுவனத்திற்கும், மக்களுக்கும் இடையே நல்ல உறவை ஏற்படுத்தி நிலைநிறுத்துவதையும் நோக்கமாகக் கொள்கிறார்.

இதனையே, ''நிறுவனம் - மக்கள் ஆகியோருக்கிடையே காணப்படும் தவறான கருத்துகளை நீக்குவதே **மக்கள் தொடர்பின் நோக்கமாகும்''**[6] என்று ஜி.சி. பானிக் குறிப்பிடுகின்றார்.

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

3. நிறுவனத்துக்கு அறிவூட்டுதல்

மக்களுடைய விருப்பு வெறுப்புகள் நிமிடத்திற்கு நிமிடம் மாறிக்கொண்டிருக்கின்றன. இவற்றை அறியாமல் அல்லது இவற்றிற்கு முக்கியத்துவம் தராமல் நிறுவனம் செயல்பட்டது எனின், நிறுவனத்தின் நல்ல பெயருக்கு ஊறு நேரிடுகிறது. இங்கும் மக்கள் தொடர்பாளர்தான் தேவைப்படுகிறார். மக்களை எதிர்த்து ஒரு நிறுவனம் நல்ல பெயரையோ, நல்ல நிலையையோ அடைந்துவிட முடியாது என்று இவர் பல காரணங்களை எடுத்துக்கூறி, நிறுவனம்— மக்கள் ஆகியோருக்கிடையே யான உறவை மீண்டும் உறுதிப்படுத்துகிறார்.

4. நிறுவனத்தின் பெயரை மக்களிடையே நிலைத்திருக்கச் செய்தல்

நிறுவனத்தின் செயல்பாடுகள், சாதனைகள், புதிய திட்டங்கள் ஆகியவற்றைப் பற்றி மக்களிடையே மக்கள் தொடர்புத்துறை எடுத்துக் கூறி, மக்கள் மனத்தில் நிறுவனத்தின் பெயரைத் தொடர்ந்து நிலைத்திருக்குமாறு செய்கிறது.

எடுத்துக்காட்டாக, தமிழ்நாடு மாநில அரசு,

''நாளொரு திட்டம் பொழுதொரு சாதனை''
('தமிழக அரசின் சாதனைகள்' -கையேடு)

என்றும்,

''அடித்தட்டு மக்களுக்கான அமைதிப் புரட்சி''

('பிற்பட்டோர் நலத்துறைக்கான திட்டம்' - கையேடு)

என்றும் தலைப்புகளிட்டுக் கையேடுகள் மூலமாகக் கிராம மக்களிடையே எடுத்துக் கூறுகிறது, மக்கள் தொடர்புத் துறை. இத்தொடர்பு வெற்றிகரமாக அமையும்போது கிராம மக்கள் அவ் அரசினை என்றும் நினைவில் வைத்திருக்கச் செய்கின்றது.

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

''நம்பிக்கையை உருவாக்குவதும் காப்பதுமே (மக்கள் தொடர்பின்) நோக்கங்களாக உள்ளன. இதற்கு மக்கள் தொடர்பு மறைமுகமாக உதவுகிறது''[6] என்று ஃபிராங்க் ஜெஃப்கின்ஸ் கூறுவது போல, நிறுவனத்தின் கொள்கை-களை எடுத்துக் கூறி மக்களிடையே நம்பிக்கையை உருவாக்குவது மட்டுமல்ல மக்கள் தொடர்பின் நோக்கம், அவற்றை மக்கள் ஏற்றுக் கொண்டு நடைமுறைப்-படுத்தவும் செய்கிறது.

''மக்களுடைய தேவைகளுடன் அது ஒருங்கிணைந்-தவாறு இருக்குமானால் மட்டுமே கொள்கைப் பரப்பில் மதிப்பு பெறும்''[7]. இல்லையெனில் இக் கொள்கைகளைத் துண்டறிக்கைகள், கையேடுகள் என எவ்வளவு உத்தி-களைப் பயன்படுத்திச் சொன்னாலும் பயனின்றிப் போகும்.

5. நிறுவனத்தை மதிப்பிடுதல்

தனியார் நிறுவனமோ அரசு நிறுவனமோ வெறும் உற்பத்தி செய்வதை மட்டும் நோக்கமாகக்கொண்டிருக்கக் கூடாது. சமுதாயத்துக்கு இதன் பணிகள் ஏதேனும் ஒரு வகையிலாவது பயன்படும்படி இருக்க வேண்டும். இதற்கு ஒரு சான்றினைக் கூறலாம்.

''40 ஆண்டுகளுக்கு முன்பு ஒரு நிறுவனத்தின் உற்பத்தியாளர் பொருட்களை மிகுதியாகத் தயாரித்துக் குவித்துவிட்டார். விளம்பர மேலாளர் விளம்பரங்களை மிகப் பரவலாகச் செய்து விட்டார். ஆனால், இவ்விரு-வரும் விற்பனை மேலாளருக்கு இது பற்றிய தகவலைத் தெரிவிக்காமல் விட்டு விட்டனர். அதன் விளைவு ஒருபக்கம் செய்து குவித்த பண்டம் விற்பனைக்கு அனுப்ப முடியா மல் உள்ளது; மற்றொரு பக்கம் அடுத்த ஆண்டு உற்-பத்தியாகக் கூடிய பொருளுக்கான உடனடி 'அனுப்பு ஆணை' (Order) குவிகிறது.

இப்பிரச்சினைக்கு என்ன காரணம் என்று இந்நிறு-வனம் ஆராய்ந்தபோது தான், கணக்கு வழக்குகள்,

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

பட்டயத் தணிக்கையாளரால் தணிக்கை செய்யப்பட்டால் மட்டும் போதாது; அந்த நிறுவனத்தின் நடவடிக்கைகள் சமுதாயத் தணிக்கைக்கு உட்பட்டதாக இருத்தல் வேண்டும்; வாடிக்கையாளர் உறவுகள், தொழிலாளர் உறவுகள், அரசாங்கத் தொடர்புகள் போன்றவை சீராக இருத்தல் வேண்டும் என உணர்ந்தது. இம் மதிப்பீடுகள் இல்லாமல் நிர்வாகத்தை நடத்துவதோ, தவறுகள் ஏதேனும் ஏற்பட்டால் திருத்திக் கொள்வதோ இயலாது என்றும் உணர ஆரம்பித்தது''.[8]

இம் மதிப்பீட்டு முறையை, பாரத மிகுமின் நிறுவனம் (Bharath Heavy Electricals Limited) முதலான நிறுவனங்கள் செய்து பார்த்தன. மக்கள் தொடர்புத் துறையில் இருந்த சில நடைமுறைகள் மாற்றப்பட்டன. இதனால், உள்நாட்டிலும், கடல்கடந்தும் பாரத மிகுமின் நிறுவனத்திற்குப் பல அங்காடிகள் கிடைத்து வாணிகம் பெருகியது. இதனைத் தொடர்ந்து டாட்டா, மஃபத்லால், பஜாஜ், பிர்லா, மகிந்திரா — மகிந்திரா என்னும் நிறுவனங்களும் மக்கள் தொடர்புத் துறையினை விரிவு படுத்தித் தங்கள் வணிகத்தில் சிறந்து விளங்கின.

6. மக்களுக்கு நினைவுபடுத்துதல்

உலகம் இயந்திரமயமாகிக் கொண்டிருக்கும் இக் காலகட்டத்தில் மக்கள் நேரத்தின் பரபரப்பு காரணமாகச் சிலவற்றை மறக்க வாய்ப்பு ஏற்படுகிறது. (எ-டு.) இந்தியாவின் விடுதலைக்கு, தமிழ்நாட்டின் முன்னேற்றத்திற்குப் பாடுபட்ட சில தலைவர்களை மக்களால் மீண்டும் நினைவு கூர முடிவதில்லை.

தமிழக அரசின் மக்கள் தொடர்புத் துறையானது தலைவர்கள், சான்றோர்கள் பற்றிய கையேடுகளையும் துண்டுப் பிரசுரங்களையும் தமிழிலும், ஆங்கிலத்திலுமாக வெளியிடுகின்றது இவர்களுடைய தோற்றம், கல்வி, ஆற்றிய தொண்டு, சிறப்புப் பண்புகள், கருத்துக்கள்

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

ஆகியவற்றை இதில் தெரிவிக்கிறது. இதனால் மக்கள், சான்றோர்களை எளிதில் நினைவுகூர முடிகிறது.

7. வெளிநாடுகளுடனான உறவை வளர்த்தல்

மக்களாட்சி அல்லது சர்வாதிகார நாடு என்ற எவ்வித நாடாக இருந்தாலும், ஒரு நாடு தனித்து இயங்க இயலாது. நாடு முன்னேற வேண்டுமெனில் பிற நாடுகளுடன் நல்ல தொடர்பை - நல்ல உறவை - வைத்துக் கொள்ளவேண்டியிருக்கும். அப்போது தான் நாட்டின் முன்னேற்றத்துக்கான பல திட்டங்களைத் திட்டமிடுவதுடன் செயல்படுத்தவும் முடியும்.

சான்று : இந்தியா ரஷ்யாவுடன் ஒப்பந்தம் செய்து கொண்டதால்தான் திருநெல்வேலியில் கூடங்குளம் அணுமின் நிலையம் அமைப்பதற்கான திட்டங்கள் திட்டமிடப்பட்டுச் செயல்பட்டு வருகின்றன.

இவ்வாறு, சிறந்த நோக்கங்களைக் கொண்டு மக்கள் தொடர்பு செயல்பட்டு வந்தாலும் இத் தொடர்பு பற்றிய கருத்து வேறுபாட்டிற்கும் இடம் உண்டு.

மக்கள் தொடர்பும் விளம்பரமும் பிரசாரமும்

நிறுவனம் பற்றியே மக்கள் தொடர்புத்துறை செயல்பட்டுக் கொண்டிருப்பதால் இதனை 'விளம்பரம்' என்றும் 'பிரசாரம்' என்றும் கூறுவாருண்டு. ஆனால், உண்மை இதுவல்ல. ஏனெனில், விளம்பரமும் பிரசாரமும் ஒருவழித் தொடர்பு உடையன. விளம்பரம் என்பது ஒருவருடைய கருத்தை மாற்றுவதும் தன்னுடைய கருத்தைத் திணிப்பதும் ஆகிய செயல்களைச் செய்கின்றது. அதேபோல், பிரசாரமும் தன்னுடைய கருத்துகளை மட்டுமே நோக்கமாகக் கொண்டு மக்களிடம் அறிவிக்கிறது.

மக்கள் தொடர்பு அப்படியன்று; இது இருவழித் தொடர்புடையது; நிறுவனம்—மக்கள் என்ற இருவருக்கும் இடையே பரஸ்பர நல்லுறவை வளர்ப்பதோடு மக்களு-

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

டைய விருப்பம் மாறுபடின் நிறுவனமும் மக்களுடைய உணர்வுகளுக்கு முக்கியத்துவம் தர இது வழி வகுக்கிறது.

எனவேதான், ஆட்லர் என்பவரும் ''பொருளின் விற்பனை அல்ல; மக்களுக்கு நிறுவனத்தின் மீது ஒரு கருத்தை உண்டாக்கி, தேவையானால் அதை வளர்ப்பதே மக்கள் தொடர்பு''[9] என்று கூறுகிறார்.

மக்கள்தான் நிறுவனத்தின் சொத்து. நிறுவனத்தின் சேவைகளையும், பொருட்களையும் பயன்படுத்தும் இம் மக்களே முதன்மையானவர்கள். இவர்களை எப்போதும் நிறுவனத்தின் பக்கமே தக்க வைப்பதை மக்கள் தொடர்பு நோக்கமாகக் கொண்டிருப்பதுடன் புதிய மக்களையும், அதாவது புதிய வாடிக்கையாளரையும் நிறுவனத்திற்குத் தேடித் தருகிறது. இதற்காக நேரடிக் கடிதங்கள், நிறுவனப்பிரசுரங்கள் என்பனவற்றைப் பயன்படுத்துகிறது.

''நல்ல மக்கள் தொடர்பானது நிறுவனத்திற்கு மக்களைத்தேடித் தருகிறது மக்கள் கருத்தையும், ஏற்படுத்தி நிறுவனத்தின் வளர்ச்சிக்கு முதலீடாக ஆக்கித் தருகிறது,''[10] என்று மேத்தா குறிப்பிடுகிறார்.

மக்களோடு கொள்ளும் தொடர்பு மக்கள் தொடர்பு. ஒரு நிறுவனத்தினுடைய தயாரிப்புகள் அல்லது பணிகள் அல்லது கொள்கைகள் பற்றிய நல்லெண்ணத்தை மக்களிடம் உண்டாக்கவோ வளர்க்கவோ முயல்வதே மக்கள் தொடர்பு எனப்படும்.

நிறுவனத்தின் செயல்முறைகள், சாதனைகள் ஆகியவற்றைப் பற்றி மக்களிடையே எடுத்துக்கூறி நிறுவனம் நன்கு செயல்பட உதவுதல், நிறுவனம் பற்றிய மக்களின் தவறான கருத்துகளை நீக்குதல், நிறுவனத்திற்கு அறிவூட்டுதல், நிறுவனத்தின் பெயர் மக்களிடையே நிலைத்திருக்கச் செய்தல், நிறுவனத்தை மதிப்பிடுதல், மக்களுக்கு நினைவுபடுத்துதல், வெளிநாடுகளுடனான

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

உறவை வளர்த்தல் என்னும் நோக்கங்களைக் கொண்டு மக்கள் தொடர்பு செயல்படுகிறது.

மக்கள் தொடர்பு சிறப்பான முறையில் செயல்படுவதற்காகவும் நோக்கங்களை நிறைவேற்றுவதற்காகவும் கையேடுகள், சுற்றறிக்கைகள், புகைப்படங்கள், கண்காட்சிகள், துண்டுப்பிரசுரங்கள், புத்தகங்கள், இல்ல இதழ்கள் கலந்துரையாடல்கள் என்னும் கருவிகளைப் பயன்படுத்துகிறது, மக்கள் தொடர்புத் துறை.

எனினும் மக்கள் தொடர்புத் துறையானது கையேடுகள் முதலானவற்றை எந்த அளவு கவனமாகக் கையாளுகின்றதோ அந்த அளவு நல்ல பலன்களை அடைந்து வெற்றியைப் பெறும் எனலாம்.

அடிக்குறிப்புகள்

1. G. C. Banik - A Guide to Public Relations & Journalism, p.15.
2. அ. விநாயகமூர்த்தி- விளம்பரக்கலை, ப.261.
3. ஜான் லோப்பஸ் - மக்கள் தொடர்புக் கலை, ப.12.
4. G. C. Banik - A Guide to Public Relations & Journalism, P 17.
5. ஜான் லோப்பஸ் - மக்கள் தொடர்புக் கலை, ப.44.
6. G. C. Banik - A Guide to Public Relations & Journalism, p.61.
7. K. R. Balan - Lectures on Applied Public Relations, p.17.
8. ஜான் லோப்பஸ் - மக்கள் தொடர்புக் கலை, ப.50.
9. Rathor - Advertising Management, p.258.
10. K.R. Balan - Lectures on Applied Public Relations, p. 17.
11. D. S. Mehta - Handbook of Public Relations in India, pp.4-5.

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

4. கிராமப்புறங்களில் மக்கள் தொடர்பு முறை

இந்தியாவின் 80 விழுக்காட்டுப் பகுதி கிராமங்களே. மத்திய அரசின் செய்தி - ஒலிபரப்புத் துறை அமைச்சகமும் மாநில அரசுகளின் செய்தி - மக்கள் தொடர்புத் துறையும், கிராமங்களில் அரசின் திட்டங்கள் மற்றும் கொள்கைகளைப் பரப்பி வருகின்றன. இவ்வியல், அரசின் மக்கள் தொடர்புத் துறையினர் கிராமங்களில் எவ்வாறு மக்கள் தொடர்பு முறையை மேற்கொள்கின்றனர் என்பதைப் பற்றியும், மக்கள் தொடர்பு முறையை ஆய்விற்குட்பட்ட மக்கள் எந்த அளவு பயன்படுத்துகின்றார்கள் என்பதைப் பற்றியும் காண்கிறது. முன்னதாக, கிராமப் புறங்களில் மக்கள் தொடர்பிற்குக் காரணியான அரசு மக்கள் தொடர்புத் துறை பற்றியும் ஆய்விற்குட்பட்ட கிராமத்தில் மக்கள் தொடர்புக் காரணியான மதுரை மாவட்ட மக்கள் தொடர்புத் துறை பற்றியும் தகவல்கள் தரப்பட்டுள்ளன.

அரசு - மக்கள் தொடர்புத் துறை

அரசின் திட்டங்களையும் கொள்கைகளையும் சாதனைகளையும் மக்களுக்குத் தெரிவிப்பதற்காக, மக்கள் தொடர்புத் துறையில்,

1. ''தமிழரசு'' - இதழ் வெளியீட்டுப் பிரிவு
2. திரைப்படப் பிரிவு
3. தமிழக அரசு திரைப்படப் பயிற்சி நிறுவனம்
4. புகைப்படப் பிரிவு
5. செய்தித் தாள் பிரிவு
6. நிர்வாகம் மற்றும் களப்பணிப் பிரிவு
7. பொருட்காட்சிப் பிரிவு
8. நினைவகங்கள் மற்றும் சிலைகள் பராமரிப்புப் பிரிவு
9. அண்ணா மக்கள் தொடர்புப் பயிற்சி நிறுவனம்

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

என்னும் பிரிவுகள் உள்ளன. ஒவ்வொரு பிரிவிலும் தனித் தனி மக்கள் தொடர்பு அலுவலர்கள் செயல்படுகின்றனர். இவர்கள் தங்களுக்குக் கீழ் உள்ள அதிகாரிகளின் உதவி-யுடன் அரசின் கருத்துகளை மக்களுக்கு எடுத்துக் கூறுவது மட்டுமல்லாமல், மக்களிடையே அதிருப்தி, பிரச்சினை என எவையேனும் இருப்பின் அவற்றை அரசிற்கும் தெரிவிக்கின்றனர்.

மதுரை மாவட்ட மக்கள் தொடர்புத் துறை

மதுரை மாவட்ட மக்கள் தொடர்புத் துறை ஒரு மக்கள் தொடர்பு அலுவலரையும் இரண்டு உதவி மக்கள் தாடர்பு அலுவலர்களையும் 18 பணியாளர்களையும் கொண்டு விளங்குகிறது. இரண்டு மக்கள் தொடர்பு அலுவலர்களுள் ஒருவர் செய்திகளைத் தெரிவிக்கும் பணிகளையும், மற்றொருவர் விளம்பர வெளியீட்டுப் பணிகளையும் செய்கின்றனர்.

இத்துறையினர் பொருட்காட்சிகள் அமைத்து-மக்களுக்குத் தகவல்களைச் சொல்லுதல், திரையரங்கு-களைச் சோதனையிடல், புகைப்படங்களை மேற்பார்வை-யிடல், 'தமிழரசு'க்கு எழுதுதல், அரசுச் செய்திமலர் வெளியீடுகளைத் திரையிடுதல் போன்ற பணிகளையும் செய்கின்றனர்.

ஒரு நிறுவனத்தின் மக்கள் தொடர்புத் துறையினர்,

1. சமூக மக்கள்
2. நுகர்வோர்
3. தொழிலாளர்கள்
4. பங்குதாரர்கள்
5. விற்பனையாளர்கள்
6. பத்திரிகையாளர்கள்

என்னும் நிலைகளில் எவையேனும் ஒரு சிலவற்றைத் தன் நிறுவனத்தின்பால் ஈர்த்து உறவினைக் கொண்டிருப்பர்.

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

இந்த, கிராம மக்களை அடிப்படையாகக் கொண்ட சமூக உறவுகளையே அரசு மக்கள் தொடர்புத் துறை-யினா் கொண்டிருப்பதால்,

1. சமூக உறவுகள்
2. இல்ல இதழ் (House Journal)
3. திரைப்படம் (செய்திச் சுருள்-போன்றவை)
4. புகைப்படங்கள்
5. கண்காட்சிகள்/பொருட்காட்சிகள்
6. வெளியீடுகள்
7. வாய்மொழிப் பிரசாரம்
8. பத்திரிகை
9. வானொலி
10. தொலைக்காட்சி
11. மரபு வழி ஊடகங்கள் (Traditional Media)
12. விளம்பரங்கள்
13. மக்கள் தொடர்பு அதிகாரியின் நேரடிப் பங்கு

என்னும் தலைப்புகளின் கீழ், கிராமங்களில் மக்கள் தொடர்பு பற்றிக் கூறப்படுகிறது.

1. சமூக உறவுகள்

தகவல் தொடர்பு என்பது மனித இனத்தின் மிக அடிப்படையான கூறாகும். இது சமூக, பொருளாதார, அரசியல் மற்றும் பண்பாட்டுத் தேவையாக உள்ளது.

''சமூகத் தேவை என்பது. தனிமனிதன் மற்றும் ஒரு சமூகத்தின் தேவைகளையும் விருப்பங்களையும் அதிகரிப்பதாகும். பொருளாதாரத் தேவை என்பது வளர்ச்சிச் செயல்முறைகளை ஊக்குவிப்பதாகும். அரசி-யல் தேவை என்பது, சமூகக் கூட்டமைப்பைப் பாது-காக்கவும், சமூக ஒருமையை உருவாக்கவும் உதவுவ-தாகும். பண்பாட்டுத் தேவை என்பது, மக்கள் தம்

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

கருத்துகளையும், குறிக்கோள்களையும் வெளிப்படுத்திக் கொள்ளும் வழியாகச் செயல்படுவதாகும்''[1] மொத்தத்தில், இவை அனைத்திற்கும் அடிப்படையானது சமூக உறவேயாகும்,

எந்தவோர் அரசும் மக்களுடைய ஆதரவும் ஒத்துழைப்பும் இல்லாமல் செயல்பட முடியாது எனவே, அரசானது கிராம மக்களின் மீது மிகுந்த அக்கறை கொண்டு செயல்பட வேண்டியுள்ளது. ''அரசைப் பொறுத்தவரையில் 'வளர்ச்சித் திட்டங்களை நிறைவேற்றுவதில் மக்களின் பெருமளவு ஆதரவையும் பங்கேற்பையும் திரட்டுவதே தொடர்பியல் சாதனங்களின் இன்றியமையாத பணியாகக் கருதப்படுகிறது''.[2] இதற்காக எவ்வகையான கருவிகளைப் பயன்படுத்த வேண்டும் என்று அறிந்து கொண்டபிறகே மக்கள் தொடர்புத்துறை அச்சமூகத்துடன் நெருங்கிய தொடர்பு கொள்ள முடியும். இத்தகைய செயல்பாடு சமூக உறவு எனப்படும்.

2. இல்ல இதழ்

''ஒரு தயாரிப்பு நிறுவனம் அல்லது கம்பெனியால் திட்டமிட்டு முறைப்படி நிதியுதவி செய்து நடத்தப்படும் பிரசுரம் இல்ல இதழ் அல்லது நிறுவனத்தின் உறுப்பு வெளியீடு என்று வழங்கப்படும்''[3] இது ஒரு நிறுவனத்திற்கு உள்ளே செயல்படும் பணியாளர்களையும் வெளியே உள்ள மக்களையும் தொடர்பு கொண்டு நல்ல உறவை வளர்த்துக் கொள்ள உதவுகிறது.

எடுத்துக்காட்டாக, டி. வி. எஸ். நிறுவனமானது 'டி. வி எஸ். செய்திகள்' என்ற பெயரில் ஓர் இல்ல இதழை வெளியிட்டு வருகிறது. இதில் பணியாளர்களின் திறமையைப் பாராட்டிக் கட்டுரைகளும், நிறுவனத்தில் நடந்த, நடக்கவிருக்கின்ற முக்கிய நிகழ்ச்சிகள் பற்றிய செய்திகளும், பணியாளர்களின் குழந்தைகளை வளர்க்க உதவும் சிறுகதைகளும், போட்டிகளும், பணியாளர்களின் பணியைச் சோதனை செய்கின்ற வினாடி வினா போன்ற

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

செய்திகளும் இடம் பெறுகின்றன. இவ்விதழால் டி. வி எஸ். ஊழியர்களுக்கும் அலுவலர்களுக்கும் நிறுவனத்திற்கும் இடையே நல்ல உறவு வளர்ந்து வருகிறது.

சில நிறுவனங்களில் உள் - தொடர்புக்கு (Internal Communication), வெளித்தொடர்புக்கு (External Communication) என இரு வகை இதழ்கள் வெளியிடப்படுவதுண்டு. தமிழக அரசானது 'தமிழரசு' என்ற இல்ல இதழை வெளியிட்டு வருகிறது. இவ்விதழ், உள் மற்றும் வெளித் தொடர்புக்கு என ஆங்கிலத்திலும் தமிழிலும் வெளியிடப்படுகிறது.

மக்கள் தொடர்புத் துறையானது, 1968 – இல் 'சென்னைச் செய்தி' எனத்தமிழிலும் 'Madras Information' என ஆங்கிலத்திலும் இதழ்களைத் தயாரித்து வெளியிட்டு வந்தது 1970 முதல் 'தமிழரசு' என்ற பெயரிலேயே தமிழிலும் (மாதமிரு முறை), ஆங்கிலத்திலும் (மாதம் ஒரு முறை) வெளியிட்டு வருகின்றது.

இவ்விதழ்களில் அரசின் சாதனைகள், அரசுவிழாக்கள், உள்நாட்டு-வெளிநாட்டுத் தலைவர்கள் வருகை, வளர்ச்சிச் செய்திகள், வேளாண்மை, தொழில், கல்வி மற்றும் கலை தொடர்பான செய்திகள் வெளியாகின்றன. 'தமிழரசு' - தமிழ்ப் பதிப்பு ஒரு லட்சம் பிரதிகளும் ஆங்கிலப் பதிப்பு 10 ஆயிரம் பிரதிகளும் அச்சிட்டு வெளியிடப்படுகின்றன. சில சமயங்களில் இவ்விதழின் இலவச இணைப்புகளும் வெளியிடப்படுகின்றன. இந்தியாவின் பல்வேறு மாநில அரசுகளின் பத்திரிகைகளில் அதிக அளவு விற்பனையாகும் பத்திரிகை 'தமிழரசு' தான் என்பது குறிப்பிடத்தக்கது.

மாவட்ட மக்கள் தொடர்பு அலுவலர்கள் அரசின் திட்டங்களின் மீதான மக்களின் கருத்துகளையும் மாவட்டத்தில் குடிநீர், மின்சாரம், விவசாயம் போன்றவற்றில் காணப்படும் வளர்ச்சியைப் பற்றியும் சிறப்புக்

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

கட்டுரைகள் எழுதி, (Feature Articles) சென்னையிலுள்ள 'தமிழரசு' அலுவலகத்திற்கு அனுப்புவார்கள். அங்கு அவை தொகுக்கப்பட்டு, இதழ் அச்சாகிறது. பின்பு விற்பனைக்கு அனுப்பப்படுகிறது.

தமிழரசினைப் படிக்கும் மக்கள், ஆய்வுக்குட்பட்ட உத்தங்குடியில் மிகக் குறைவாகவே காணப்படுகின்றனர். கல்வியறிவு பெற்றோர் 95.69 விழுக்காட்டளவினர் (எழுத்துக் கூட்டிப் படிக்கும் மக்களையும் சேர்த்து) உள்ளனர். எனினும் 11.21 விழுக்காட்டளவினரே தமிழரசினைப் படிக்கின்றனர். அரசாங்க அறிவிப்புகள் மற்றும் குடும்ப நலத் துறை அறிவிப்புகள் பொதுமக்களின் கவனத்தை இப்போதுதான் ஈர்க்கத் தொடங்கியுள்ளன.

மாவட்ட மக்கள் தொடர்பு அலுவலரிடம் பேட்டி கண்டபோது (11. 2. 91) அவ்வதிகாரி, இப்போதுதான் படிக்கத் தொடங்கியுள்ளதாகவும், இனிமேல் இதனைப் படிப்பவர்களின் எண்ணிக்கை கூடும் எனவும் கருத்து தெரிவித்தார்.[4]

3. திரைப்படம்

மக்கள் தொடர்புத் துறையின் ஓர் அங்கம், திரைப்படப்பிரிவு. 'செய்தி மலர்' என்ற பெயரில் செய்திச் சுருள்களையும் (News reels) விளக்கப் படங்களையும் (Documentaries) தயாரித்துத் திரையரங்குகளில் காட்டுகின்றது. இதுவரையில் 555 செய்திமலர்களையும், 90 விளக்கப்படங்களையும் இது தயாரித்து வெளியிட்டுள்ளது. பொதுவாக, ஒவ்வொரு மாதமும் இரண்டு செய்திச் சுருள்கள் தயாரிக்கப்படுகின்றன.

குடியரசுத் தலைவர், ஆளுநர், பிரதமர், தமிழக முதல்வர் முதலான பிரமுகர்கள் கலந்து கொள்ளும் நிகழ்ச்சிகள், வெளியிடும் அறிவிப்புகள் ஆகியவை செய்தி மலர்களில் இடம் பெறுகின்றன. மக்கள் அறிந்து கொள்ள வேண்டிய சுற்றுலாத் தலங்கள், பெரியோர்களின் வாழ்க்-

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

கை வரலாறுகள், மருத்துவம், அறிவியல், தொழில், கல்வி, மாதர், குழந்தைகள் முன்னேற்றம் என்பன பற்றிய தகவல்கள் விளக்கப்படங்களில் இடம் பெறுகின்றன.

உத்தங்குடியிலுள்ள மக்களில் பெரும்பாலோர் திரைப்படங்களுக்குச் செல்கின்றனர். திரைப்படம் காட்டப்படும் முன்பு, செய்திச்சுருள்கள் அல்லது விளக்கப்படங்கள் திரையிடப்படுகின்றன. ஆய்விற்குட்பட்ட உத்தங்குடியில் இவ்வாறு காட்டப்படும் செய்திச் சுருள்களுக்கு 76 விழுக்காட்டளவினர் ஆதரவு தருகின்றனர். எனவே, திரைப்படமானது இக்கிராமத்தில் நல்ல வரவேற்பைப் பெற்று நல்ல மக்கள் தொடர்புச் சாதனமாக விளங்குகின்றது எனலாம்

4. புகைப்படங்கள்

100036

''ஆயிரம் சொற்கள் சொல்ல முடியாதவற்றை ஓர் அருமையான புகைப்படம் கூறிவிடுகின்றது. கற்றோரையும் கல்லாதவரையும் சின்னஞ்சிறுவர்களையும் வயது முதிர்ந்தவர்களையும் பார்க்கவும் ரசிக்கவும் புரிந்து கொள்ளவும் தூண்டுகின்ற ஆற்றல் புகைப்படங்களுக்கு இருக்கின்றது''[5] என்று டாக்டர் மா பா. குருசாமி குறிப்பிடுகிறார்.

எனவே தான், எவ்வித மக்கள் தொடர்புத் துறையும் தன்னுள் புகைப்படப்பிரிவையும் வைத்திருக்கின்றது. அரசு மக்கள் தொடர்புத் துறையானது அரசின் விழாக்கள், கருத்தரங்குகள், போன்றவற்றில் தலைவர்கள், அமைச்சர்கள் முதலானோர் பங்கேற்று உரையாற்றும் காட்சிகளையும் கலைநிகழ்ச்சிகளையும் செயல்முறைக் காட்சிகளையும் படம் எடுக்கின்றது.

மாவட்ட மக்கள் தொடர்புத் துறையின் புகைப்படப் பிரிவு புகைப்படங்களை எடுத்து, தினமணி முதலான பத்திரிகைகளுக்கும், தமிழரசு அலுவலகத்திற்கும் அனுப்பி வைக்கின்றது. வந்து சேர்ந்த புகைப்படங்களைத் தமிழரசு

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

அச்சகப் பிரிவு தேர்வு செய்கிறது அரசின் செயல்பாடு-கள், சிறப்பு இயல்புகள் ஆகியவற்றை எளிதில் விளங்கிக் கொள்ளக் கூடிய புகைப்படங்களை மட்டுமே தேர்வு செய்-கின்றது. ஏனெனில் எல்லாப் புகைப்படங்களையும் பிரசு-ரிப்பது என்பதும் தேர்வு செய்யப்பட்ட புகைப்படங்களை அப்படியே பிரசுரிப்பது என்பதும் இயலாத காரியம். இவ்வாறு வெளியிடப்படும் புகைப்படங்களின் மூலம் மக்கள் அரசு அறிவிக்கும் திட்டங்களைப் பற்றி அறிய முடிகிறது. எடுத்துக்காட்டாக, 19 3.91இல் 'உலக ஊனமுற்றோர் தினவிழா'வினை ஒட்டி வெளியான ஊன-முற்றோருக்கு இலவசமாக மூன்று சக்கர வண்டிகள் வழங்கும் விழா பற்றிய புகைப்படத்தைக் கூறலாம். படத்தினைக் காணும் மக்கள் குறிப்பாக, கால் ஊன-முற்ற மக்கள் தங்களுக்கு அரசாங்கத்தின் மூலம் இவ்-வுதவி கிடைக்கின்றது என்று அறிந்து இத் திட்டத்தைத் தாங்களும் பயன்படுத்திக் கொள்ள வேண்டும் என்று விரும்புகின்றனர்.

5. கண்காட்சிகள் / பொருட்காட்சிகள்

மக்கள் தொடர்பிற்கு உதவுகின்ற மற்றொரு முக்-கியமான கருவி இது. மக்கள் தொடர்புத் துறை, அரசின் திட்டங்களை அனைத்துக் கிராமங்களுக்கும் உடனடியாகவும், ஒரே நேரத்தில் பலருக்குத் தெரியப்-படுத்தவும் இக்கருவியைப் பயன்படுத்துகிறது அரசின் செயல்பாடுகள், சாதனைகள் உள்ள விவரங்களை விளக்-கப்படங்களாகவும், புகைப்படங்களாகவும், சிறுதுண்டுப் படங்களாகவும், அமைத்துக் கண்காட்சியை நடத்து-கிறது இத்துறை.

கிராமங்களில் சந்தைகள், திருவிழாக்கள் நடை-பெறும் காலகட்டங்களில் கண்காட்சிகளை அமைப்பர். இவற்றைப் பற்றி விளக்கமாகவும், செயல்முறையாகவும் மக்களுக்கு எடுத்துக் கூறுவர்.

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

மாலை நேரத்தில். கண்காட்சித் திடலில், மக்கள் விரும்பும் கிராமிய நடனம், நாட்டுப்புறப் பாடல்கள் கதாகாலட்சேபங்கள், நாடகங்கள் போன்ற வடிவங்களிலும் இவற்றைக் கூறுவதுண்டு. இவற்றைச் செயல் படுத்துவதில் பொருளாதாரப் பிரச்சினை இருப்பினும், அரசின் மக்கள் தொடர்பானது இக்கண்காட்சி பொருட்காட்சிகளைத் தொடர்ந்து நடத்தி வருகிறது.

6. வெளியீடுகள்

நிறுவனத்தின் சார்பாக மக்கள் தொடர்புத் துறை வெளியிடும் துண்டுப்பிரசுரங்கள், கையேடுகள் ஆகியவற்றை வெளியீடுகள் என்பர் பொருட்செலவு குறைவான சாதனமும் கூட. மக்களை எளிதில் கவர்கின்ற சாதனம்; சொல்ல வந்த கருத்தைச் சுருக்கமாக உடனடியாகக் கூறி முடிக்க உதவுகிறது, இச் சாதனம்.

அ.) துண்டுப்பிரசுரங்கள்

அரசின் சாதனைகளையும் கொள்கைகளையும் திட்டங்களையும் மக்களுக்கு இதன் மூலமே உடனடியாகத் தெரிவிக்க முடிகிறது. திட்டங்களைப் பற்றிய அறிவிப்பு எனில், திட்டம் தோன்றிய சூழல், திட்டத்தின் பயன், மக்கள் அத்திட்டத்தைச் செயல்படுத்தும் முறை, திட்டத்தின் நோக்கம், விளைவுகள் பற்றி ஓரளவு கணித்து எழுதியி » த்தல் என்ற பல செய்திகளை அமைத்து வெளியிடுகின்றன. சுமார் 10,000 முதல் 15,000 பிரதிகள் வரை துண்டுப்பிரசுரங்கள் வெளியிடப்படுகின்றன. ஆய்விற்குட்பட்ட உத்தங்குடியில் துண்டுப்பிரசுரங்கள் மூலம் 13 79 விழுக்காட்டளவினர் அரசின் திட்டங்களையும். கொள்கைகளையும் அறிந்து கொள்கின்றனர்.

(ஆ.) கையேடுகள்

தமிழ் நாட்டில் எங்கேனும் துயரச் சம்பவங்கள் நேரிடின் மக்கள் கலங்கிவிடாமல் இருக்கவும், அரசின்

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

மீது தவறான எண்ணம் மக்களுக்கு ஏற்படாமல் இருக்கவும் சில சமயங்களில் கையேடுகள் வெளியிடப்படுகின்றன.

சட்டமன்றப் பேரவையில் ஆளுநர் ஆற்றிய உரையின் மீது, அல்லது தமிழ்நாட்டின் வளர்ச்சி குறித்துச் சட்டமன்றப் பேரவையில் எந்த உறுப்பினரேனும் கேள்வி கேட்டிருப்பின், அக் கேள்வி குறித்த பதில்களைக் கட்டுரைகளாக வெளியிடுவது உண்டு. அமைச்சர்களும் கட்டுரைகள் எழுதுவதுண்டு. இவற்றை, அரசின் மக்கள் தொடர்பானது சிறு நூல் வடிவில் தயாரித்துத் தமிழரசின் இலவச இணைப்பாக (அல்லது தமிழரசிலேயே கட்டுரை-வடிவில்) வெளியிடுகிறது. இதன் மூலம். தமிழரசினைப் படிக்கும் உத்தங்குடியின் 13 79 விழுக்காட்டளவினர் சட்டமன்றச் செய்திகளையும் அறிய முடிகிறது.

அரசின் சாதனைகளை விளக்குமுகமாகவும் கையேடுகள் வெளிவருகின்றன. எடுத்துக்காட்டு : 'நாளொரு திட்டம் பொழுதொரு சாதனை'

('தமிழக அரசின் சாதனைகள்' - கையேடு)

மக்களுக்கு அறிவுரை கூறல்: பெண்கள் குழந்தைகளைக் காக்க வேண்டிய முறைகளைப் பற்றியும், தாய்-சேய் நலப் பாதுகாப்பு முறைகளைப் பற்றியும், குடும்பக் கட்டுப்பாடு மற்றும் குடும்ப நலத்திட்டம் பற்றியும் துண்டுப்பிரசுரங்கள், கையேடுகள் ஆகியன அமைகின்றன.

7 வாய்மொழிப் பிரசாரம்

அரசின் திட்டங்கள் முதலானவற்றை அறிவிப்பதில் இதுவும் முக்கியப் பங்கு வகிக்கிறது.

வாய்மொழிப் பிரசாரத்தின் மூலம் ஆய்விற்குட்பட்ட உத்தங்குடி மக்களில் 9 48 விழுக்காட்டளவினர் அரசின் திட்டங்கள் முதலானவற்றை அறிகின்றனர்.

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

வாய்மொழிப்பிரசாரம் கிராம மக்களை எளிதில் கவரும் சாதனம் ஆகும் ஏனெனில், அறிவிப்பாளரிடமிருந்து தகவலானது புறப்பட்டு உடனே மக்களைச் சென்றடைகிறது. எனினும் 9.48 விழுக்காட்டளவினரே தமிழக அரசின் திட்டங்களை இச்சாதனத்தின் மூலம் பெறுகின்றனர். இச் சாதனம் மிகவும் பரவலாக்கப்பட்டால் தான் அரசின் திட்டங்களை மக்கள் உடனடியாக அறிய முடியும். மிகக் குறைவான அளவு விழுக்காட்டு மக்களின் ஆதரவே இச் சாதனத்திற்குக் காணப்படினும் இச் சாதனத்தை அரசு தொடர்ந்து கையாண்டு வந்தால் இச் சாதனத்தின் மூலம் பயனடைவோரின் எண்ணிக்கை உயர வாய்ப்புண்டு.

8. பத்திரிகை

அரசு பற்றிய தகவல்களை மக்களுக்கு அளிப்பதில் பிற சாதனங்களைவிட மிகச் சிறந்ததும் முதன்மையானதும், பத்திரிகையே.

பத்திரிகைகளில் வரும் செய்திகளையே 75 சதவீத மக்கள் உண்மை என்று நம்புகின்றனர். எனவே, மக்கள் தொடர்பு அலுவலர், அரசின் திட்டங்களையும், கொள்கைகளையும் எளிதாக விளக்கிச் சொல்வதானால் பத்திரிகையையே அணுகுகிறார்.

அவர் 'பத்திரிகையாளர் கூட்டங்'களைக் (Press Meet) கூட்டி, அவற்றில் அரசின் செயல்பாடுகளை அறிவிக்கிறார். பொதுவாக, அரசானது

1. பத்திரிகைக் கடிதம் (Press Communique)
2. பத்திரிகைக் குறிப்பு (Press Note)
3. பத்திரிகை வெளியீடு (Press Release)

என்ற மூன்று முறைகளை, செய்திகளை வழங்கப் பயன்படுத்துகிறதுஎன்ற டாக்டர் மா.பா. குருசாமி கூறுகிறார்.[5]

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

ஆளுநர், முதலமைச்சர்கள், அமைச்சர்கள், தலைமை அதிகாரி, மாவட்ட ஆட்சியாளர் மற்றும் அதிகாரிகள் மாவட்டங்களுக்கு வருகை தரும்போது மாவட்ட மக்கள் தொடர்பு அதிகாரி 'பத்திரிகையாளர் சிறப்புக் கூட்டங்'-களுக்கு ஏற்பாடு செய்கிறார்.

ஒவ்வொரு மாதத்தின் முதல் வாரத்திலும் நடைபெறும் 'மாவட்ட ஆட்சியாளர்-பத்திரிகையாளர் கூட்ட'த்திற்-காக மாவட்டத்தின் அனைத்துத் துறைகளையும் பற்றிய விவரங்களையும் மக்கள் தொடர்புஅதிகாரி ஆட்சியாளருக்கு எழுதித்தருகின்றார். இதில் அரசின் திட்டங்கள், அவை பற்றிய மக்களின் விமர்சனங்கள், வருங்காலத்திட்டங்கள், முக்கிய நிகழ்ச்சிகள் போன்ற விவரங்களை மக்கள் தொடர்பு அதிகாரி சேகரித்துக் கொடுக்கிறார். ஆட்சி-யாளர் விவரங்களின் சுருக்கத்தைப் பத்திரிகையாளர் கூட்டத்தின் போது தெரிவிக்கிறார். பத்திரிகையாளர்கள் தங்கள் பத்திரிகைகளில் இச் செய்திகளை வெளியிடு-கின்றனர்.

தமிழ்நாட்டில் தினமணி, தினமலர், தினகரன், தினத்-தந்தி, மாலைமுரசு முதலான செய்தித் தாள்கள் பல வெளிவருகின்றன. கிராமப்புறங்களில் மக்கள் தொடர்பு முறைக்கு இவை எந்த அளவு பயன்படுகின்றன என மதுரை மாவட்டத்தைச் சேர்ந்த ஆனையூர், மேலமடை, கருப்பாயூரணி, உத்தங்குடி ஆகிய சிறு கிராமங்களைப் பார்வையிட்டு ஆராய்ந்த போது, தினமலர், தினத்தந்தி, மாலைமுரசு ஆகிய செய்தித்தாள்களை மக்கள் எழுத்துக் கூட்டியேனும் படிக்கிறார்கள் என்று அறிய முடிந்தது.

வளைகுடாப்போர் பற்றியும், இந்திய அரசியல் விவகா-ரங்களைப் பற்றியும், ஓரளவேனும் அவர்கள் தெளிவாகப் பேசுவதற்கு இச்செய்தித் தாள்களின் செய்திகள் உதவி செய்கின்றன. ஆய்விற்குட்பட்ட உத்தங்குடியை ஆழ்ந்து நோக்கிய போது தினமணியைக் காட்டிலும் தினமலர் மற்றும் தினத்தந்தியை இக் கிராம மக்கள் அதிகமாகப் படிப்பதைப் பார்க்க முடிந்தது.

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

இந்தியாவில் கிராமங்களே அதிகமான அளவில் உள்ளன. ஆனாலும் பத்திரிகை போன்ற மக்கள் தகவல் தொடர்புச் சாதனங்களில் பல, கிராம மக்களைக் கவனத்தில் கொள்ளாமல் நகர்ப்புற மக்களையே கருத்தில் கொண்டு செயல்படுகின்றன. ஆய்விற்குட்பட்ட உத்தங்குடி கிராமத்தில் தினமலர், தினத்தந்தி, மாலைமுரசு ஆகிய செய்தித்தாள்களை அதிகமான அளவில் படிக்கிறார்கள் எனில் அப்பத்திரிகைகளில் பொழுதுபோக்குச் செய்திகள் அதிக அளவில் எளிதில் புரிந்து கொள்ளக் கூடிய மொழிநடையில் காணப்படுவதே காரணம் எனலாம். அப்பத்திரிகைகளில் கிராம வளர்ச்சிக்கான செய்திகள் குறைவாகவே காணப்படுகின்றன. இவ்வகைச் செய்திகள் பத்திரிகைகளில் இடம் பெற்றால் மக்களும் தங்களை மாற்றிக்கொள்ள முன்வரலாம்; கிராமமும் உயர்வடையும்.

9. வானொலி

இந்தியாவில் 1927-இல் 'இந்திய ஒலிப்பரப்புக் குழுமம்' (Indian Broadcasting Corporation) என்பது தொடங்கப்பட்டது. பின்பு 1934-இல் இது 'அனைத்திந்திய வானொலி' (All India Radio) எனப் பொறுப்பேற்று இன்று வரை மக்களுக்காகச் சிறப்பாகப் பணியாற்றி வருகிறது.

தமிழக வானொலி நகர மக்களுக்கு மட்டுமன்றிக் கிராம மக்களுக்கும் பல்வேறு நிகழ்ச்சிகளைத் தயாரித்து வழங்குகின்றது. வேளாண்மை, மருத்துவம், கல்வி, முதியோர் கல்வி, குழந்தைகள் நலம், குடும்பக் கட்டுப்பாடு முதலியவற்றைப் பற்றிய இந் நிகழ்ச்சிகள் கிராமப் புற நோக்கில் தயாரிக்கப்படுகின்றன.

உத்தங்குடியில் உள்ள வானொலி கேட்போர், பயிர்ப்பாதுகாப்பு முறைகள், வேளாண்மை நிகழ்ச்சிகள், உரக்கலவை ஆகியவற்றில் ஈடுபாடு காட்டுகின்றனர். அதற்கேற்றாற்போல் இங்குள்ள ஃபேக்ட் (Fact) உரக்கலவை

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

நிலையம் இதற்கு உதவியாக அமைந்திருக்கிறது. இக் கிராம மக்கள் தெம்மாங்கு, கதைப்பாடல், கும்மிப்பாடல் முதலான நாட்டுப்புறப் பாடல்களை விரும்பிக் கேட்கின்றனர். பஞ்சாயத்து வானொலியைத் தவிர வீடுகளிலும் வானொலிப்பெட்டிகள் உள்ளன. எனவே, இக்கிராம மக்கள் வானொலியின் பயனை மிகுதியாகப் பெற முடிகிறது.

அரசு மற்றும் வானொலி நிலையங்களின் நோக்கம் மக்களிடம் விழிப்புணர்வை ஏற்படுத்துவதேயாகும். மக்கள் தொடர்புத் துறை வானொலியில் அறிவிக்கும் அரசின் திட்டங்கள் முதலானவற்றை உத்தங்குடி மக்களில் 3.45 விழுக்காட்டளவினரே பெறுகின்றனர்.

10. தொலைககாட்சி

இந்தியாவிற்கு 1959-ல் வருகை தந்த தொலைக்காட்சி இன்றுவரை சிறப்பாகப் பணியாற்றி வருகின்றது. கிராமங்களில் கூடத் தொலைக்காட்சி நுழைந்துவிட்டது. தொலைக்காட்சிப் பெட்டிகள் கிராமப்புறங்களில் உண்டென்றாலும் நகரங்களை நோக்க அவற்றின் எண்ணிக்கை குறைவே. கிராம மக்களுக்கான நிகழ்ச்சிகள் தொலைக்காட்சியில் ஒளிபரப்பப்படும்போது நகரமாந்தர் இவை தமக்கு தொடர்பில்லாதவை என்று பாதியிலேயே நிறுத்தி விடுகின்றனர். எனினும், கிராம மக்கள் இச்சாதனத்தை நன்கு பயன்படுத்துகின்றனர்.

ஆய்விற்குட்பட்ட உத்தங்குடியீல் நடுத்தர மக்களிடம் தொலைக்காட்சிப் பெட்டிகள் உள்ளன. விவசாயம், குடும்ப நலம் பற்றிய விளக்கப்படம், அறிவூட்டல் நிகழ்ச்சிகள் ஆகியவற்றை இக் கிராம மக்கள் விரும்பிப் பார்க்கின்றனர். மக்கள் தொடர்புத் துறையின் மூலம் அறிவிக்கப்படும் அரசின் திட்டங்கள் முதலானவற்றை உத்தங்குடி கிராம மக்களில் 3.45 விழுக்காட்டளவினரே பெறுகின்றனர்.

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

11. மரபுவழி ஊடகங்கள்

மக்கள் தொடர்புத் துறையானது வானொலி, தொலைக்காட்சி முதலான ஊடகங்களையும்வாய்வழி ஊடகங்களையும் கையாளும்போது மரபுவழி ஊடகங்களையும் பின்பற்றுகின்றது. நாட்டுப்புறப்பாடல்கள், நடனம், நாடகம், பொம்மலாட்டம் என மரபுவழி ஊடகங்கள் பல உள்ளன. மக்களுக்குத் தகவல்களைச் சொல்வதில் இவை சிறப்பாகப் பணியாற்றுகின்றன. அதனால் தான் நவீன தகவல் தொடர்புச் சாதனங்கள் கூட மரபுவழி ஊடகங்களை இணைத்துச் செயல்பட முயற்சி செய்து வருகின்றன. இந்தியாவின் தலைசிறந்த பரதநாட்டியம், கதக், ஒடிசி, குச்சிப்புடி எனப் பலவகை நடனங்களின் மூலம் அரசு பற்றிய செய்திகளைப் புலப்படுத்துகின்றன. சில செய்திச் சுருள்கள் கூட இந் நடனங்களின் அமைப்பில் கருத்துக்களை மக்களுக்குச் சொல்கின்றன.

இம் மரபு வழி ஊடகங்களில் நாடகம், கதை, பாடல்கள், கலந்துரையாடல், பேச்சு எனப் பல வடிவங்கள் உள்ளன "கள்ளாசுரன் வதம்" என்பது மதுவிலக்குப் பிரசார நாடகம். "இயற்கையம்பன் கோவில்" என்பது சுற்றுப்புறச் சூழல் பாதுகாப்பு இசைப்பாடல் நிகழ்ச்சி.

ஆய்விற்குட்பட்ட உத்தங்குடி கிராம மக்களில் 16.38 விழுக்காட்டளவினர் கதை வடிவத்தையும், 25 86 விழுக்காட்டளவினர் நாடகவடிவத்தையும், 11.21 விழுக்காட்டளவினர் பாடல்வடிவத்தையும், 41 38 விழுக்காட்டளவினர் கலந்துரையாடல் வடிவத்தையும், 18 97 விழுக்காட்டளவினர் பேச்சு வடிவத்தையும் விருப்புவதாகக் கருத்துத் தெரிவித்துள்ளனர்.

மொத்தத்தில், மக்கள் தொடர்புத் துறையானது சமூக உறவை நன்கு அமைத்துக் கொள்கிறது. இதன் அடிப்படையில் அரசின் கொள்கைகள், திட்டங்கள் என்பவற்றை இல்ல இதழ்கள், திரைப்படம், புகைப்படங்கள், கண்-

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

காட்சிகள், வெளியீடுகள், வாய்மொழிப்பிரசாரம், பத்திரிகை, வானொலி, தொலைக்காட்சி, மரபுவழி ஊடகங்கள் ஆகியவற்றின் மூலம் கிராம மக்களுக்கு அறிவிக்கிறது.

இவற்றில் திரைப்படம்தான் மக்களிடையே நல்ல வரவேற்பைப் (76 விழுக்காட்டளவினரிடம்) பெற்றுள்ளது. இதற்கு அடுத்தபடியாகத் துண்டுப்பிரசுரங்கள்தாம் மக்களிடையே வரவேற்பைப் பெற்றுள்ளன. எனவே, திரைப்படமும் துண்டுப்பிரசுரமும் ஆய்விற்குட்பட்ட உத்தங்குடி கிராமத்தில் சிறந்த மக்கள் தொடர்புச் சாதனங்களாகச் செயல்படுகின்றன எனலாம்

12. விளம்பரங்கள்

அரசின் மக்கள் தொடர்புத் துறையானது விளம்பரங்கள் மூலமாகவும், மக்களிடம் தொடர்பு கொள்கிறது. மக்களின் உரிமை, குடும்ப நலம், நாட்டு ஒற்றுமை என்பவை பற்றிய செய்திகளையும் அரசின் அறிவிப்பு ஏதேனும் இருப்பின் அதனையும் விளம்பரங்களின் வடிவில் செய்தித்தாள்களில் தருகிறது, இத்துறை.

சமீப காலமாக, மத்திய அரசின், மைய அரசுத் தகவல் மற்றும் விளம்பர இயக்ககம் (Directorate of Central Advertising and Visual Publicity) தகவல் மற்றும் மக்கள் தொடர்பு இயக்ககம் (Directorate of Information and Public Relations) என்ற நிறுவன விளம்பரங்களும் மாநில அரசின் செய்தி - மக்கள் தொடர்புத் துறையின் விளம்பரமும் செய்தித் தாள்களில் அதிகமாக வரத் தொடங்கிவிட்டன.

"அச்சுவழிக் கருவிகள் அரசுக்குச் சொந்தமானவை யல்ல. ஆனால் பல சமயங்களில் அரசு அச்சு வழிக்கருவிகளில் தலையிட்டு அவற்றின் கொள்கைகளில் கூடக் கைவைத்து விடுகின்றது. விளம்பரங்களின் மூலமும் அரசு அச்சுவழிக் கருவிகளில் ஆதிக்கம் செலுத்துகின்றது"[6].

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

இக்கூற்றிற்கேற்றாற்போல்மக்கள் தொடர்புத் துறையானது அரசின் அறிவிப்பு, தான்நடத்தவிருக்கும் பொருட்காட்சி என்பன பற்றி அதிக அளவில் விளம்பரப்படுத்துகின்றது.

மாறாக, வானொலியில் மக்கள் தொடர்புத் துறையிடமிருந்து செல்லும் விளம்பரங்களும், செய்திகளும் குறைவே. அப்படியே அவை மக்கள் தொடர்புத் துறையினரால் வானொலிக்குத் தரப்பட்டாலும் வானொலி, அதனை 'ஸ்பாட்' விளம்பரமாக (Spot Advertisement) அறிவிக்கிறது.

தொலைக்காட்சியில் செய்தி - மக்கள் தொடர்புத் துறையின் விளம்பரங்கள் துண்டுப்படம் போல் தயாரிக்கப்பட்டு ஒளிபரப்பப்படுகின்றன. இத்துறையானது அரசின் அறிவிப்பை வெளியிடுவதுடன் மட்டுமல்லாமல், தமிழ்நாடு சமூக வனக் காடுகள் போன்ற பிரிவுகளுக்காகவும் தன்னுடைய திரைப்படப்பிரிவின் சார்பில் துண்டுப்படங்கள் தயாரிக்கின்றது.

மனோரமா, காவேரி போன்ற புகழ்பெற்றவர்களின் மூலம் ஒரு கருத்தினை வலியுறுத்தி மக்கள் தொடர்புத் துறை துண்டுப்படங்களைத் தயாரிக்கின்றது.

மொத்தத்தில் அரசின் மக்கள்தொடர்புத் துறையானது அச்சுவழிக் கருவிகளில் (துண்டுப்பிரசுரங்கள், கையேடுகள்) தெரிவிக்கும் கருத்துகளைவிட வானொலியிலும் தொலைக்காட்சியிலும் குறைவாகவே தெரிவிக்கிறது.

13. மக்கள் தொடர்பு அதிகாரியின் நேரடிப் பங்கு

மக்கள் தொடர்புத் துறையிலிருந்து அரசின் திட்டங்கள் முதலானவற்றைக் கிராம மக்களுக்கு எடுத்துக் கூறக் களப்பணியாளர்கள் செல்வர். எனினும், மக்கள் தொடர்பு அதிகாரியும் கிராம மக்களை நேரில் சந்தித்து அவர்களுடைய எண்ணங்கள், விருப்பங்கள் முதலியவற்றைப் பற்றித் தெரிவித்துக்கொள்ள முயல வேண்டும். அப்-

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

போதுதான் அரசின் திட்டங்கள் முதலானவை கிராம மக்களை முழுமையாகச் சென்றடைந்து வெற்றியைப் பெறும்.

உத்தங்குடி கிராமத்தின் மக்கள் தொடர்பு அதிகாரி அந்த ஊரைச் சேர்ந்தவரே; எனினும், உத்தங்குடி கிராம மக்களிடம் அரசின் சார்பாகச் செயல்படும் மக்கள் தொடர்பு அதிகாரியின் வருகையைப் பற்றி விசாரித்ததில் 13.8 விழுக்காட்டளவினர் 3 மாதங்களுக்கு ஒரு முறை வருகிறார் எனவும், 5.8 விழுக்காட்டளவினர் 6 மாதங்களுக்கு ஒருமுறை வருகிறார் எனவும் 15.52 விழுக்காட்டளவினர் வருடத்திற்கு ஒரு முறை வருகிறார் எனவும் 40.52 விழுக்காட்டளவினர் மக்கள் தொடர்பு அதிகாரி வருவதே இல்லை எனவும், 24.36 விழுக்காட்டளவினர் இது பற்றிய கருத்தைக் கூறாமல் இருந்ததையும் அறிய முடிந்தது.

எனவே, மக்கள் தொடர்பு அதிகாரி (ஆய்விற்குட்பட்ட உத்தங்குடி கிராமத்திற்கு) மூன்று மாதங்களுக்கு ஒருமுறை, ஆறு மாதங்களுக்கு ஒருமுறை என்பவற்றை விட வருடத்திற்கு ஒருமுறை தான் சென்று வருகிறார் எனத் தெரியவருகின்றது. இதனால், கிராம மக்களுக்கு அரசின் அறிவிப்புகள குறைவாகவே சென்றடையும். களப் பணியாளர்கள் கிராமத்திற்குச் சென்று திரைப்படம் காட்டி வந்தாலும் மக்கள் தொடர்பு அதிகாரியின் நேரடிப் பங்கே உயர்வானதாக இருக்கும். இவர், இக் கிராமத்திற்கு அடிக்கடி சென்று வந்தால்தான் அரசின் அறிவிப்புகளை மக்கள் அதிகமான அளவு பெறுவர். இதனால் இக் கிராமமும் மேன்மையடைய வாய்ப்பு ஏற்படும்.

இந்தியாவின் பெரும் பகுதி கிராமங்களே. உண்மை காணல், திட்டமிடல், தொடர்பு கொள்ளுதல், மதிப்பிடுதல் என்ற நான்கு நிலையில் நடைபெறும். மக்கள் தொடர்பானது இல்ல இதழ், திரைப்படம், புகைப்படங்-

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

கள், கண்காட்சிகள், பிற வெளியீடுகள், வாய்மொழிப் பிரசாரம், பத்திரிகை, வானொலி மற்றும் தொலைக் காட்சியின் மூலம் அரசின் திட்டங்களைக் கிராம மக்களுக்குத் தெரிவிக்கிறது. இல்ல இதழான 'தமிழரசு' 11.21 விழுக்காட்டளவினரால் மட்டும் பயன்படுத்தப்படுகின்றது. இந்நிலை மாறுதல் வேண்டும். அரசின் பல திட்டங்களையும், கொள்கைகளையும் எடுத்துக் கூறிடினும், கிராம மக்களின் தேவையை உணர்ந்து அதற்கேற்றாற்போல் செயல்பட்டால் இவ்விதழ் கிராம மக்களிடையே இன்னும் நல்ல வரவேற்பைப் பெறும். திரைப்படத்தை 42.24 விழுக்காட்டளவினர் நன்கு பயன்படுத்துகின்றனர் மக்களிடையே இச் சாதனம் நல்ல வரவேற்பைப் பெற்றுள்ளது.

கண்காட்சிகள், பொருட்காட்சிகள் ஆகியவற்றைக் கிராமங்களில் அதிக அளவில் மக்கள் தொடர்புத் துறை நடத்த வேண்டும்.

பிற வெளியீடுகளான துண்டுப்பிரசுரங்கள், கையேடுகள் போன்றவையும் மக்களிடையே நல்ல வரவேற்பினைப் பெற்றுள்ளன

வாய்மொழி பிரசாரத்தின் மூலம் 9.48 விழுக்காட்டளவினர் அரசின் திட்டங்கள் முதலானவற்றை அறிந்து கொள்கின்றனர். இந்நிலை அதிகரிக்க வேண்டும்.

உத்தங்குடி கிராம மக்கள் தினமலர், தினத்தந்தி மற்றும் மாலைமுரசினையே அதிகமான அளவில் பயன்படுத்துகின்றனர். மக்கள் தொடர்புத் தொடர்பான செய்திகளை மக்கள் அறிவது சிறிதளவே. மேலும், அதிகமான அளவில் மக்கள் படிக்கும் இச்செய்தித் தாள்களில் கிராம முன்னேற்றத்துக்கான செய்திகள் அதிகம் இடம் பெற வேண்டும். வானொலியின் செயல்பாடுகள் கிராமத்தார்க்குப் பயனுள்ளவையாய் இருக்கின்றன. உரைகள், கலந்துரையாடல்கள், வேளாண்மை நிகழ்ச்சிகள், இளைஞர் நிகழ்ச்சிகள் எனப் பலவகை நிகழ்ச்சிகளின் மூலம் கிராம மக்களைக் கவர்கின்றன. ஆனால், அரசின்

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

திட்டங்கள் முதலானவற்றை இச் சாதனத்தின் மூலம் 3 45 விழுக்காட்டளவினரே அறிந்து கொள்கின்றனர். இந்நிலை மாற வேண்டும்.

தொலைக்காட்சியும், சிறப்பான முறையிலேயே பணியாற்றி வருகின்றது. ஆனாலும், 'மகிழ்வித்தல்' கூறான பொழுதுபோக்கு நிகழ்ச்சிகள் அதிகரித்துவிட்டன. இச்சாதனத்தின் மூலமும் 3.45 விழுக்காட்டளவினரே அரசின் திட்டங்கள் முதலானவற்றை அறிந்து கொள்கின்றனர்.

இல்ல இதழ் முதல் தொலைக்காட்சி வரையிலான மக்கள் தகவல் தொடர்பு சாதனங்களுள் திரைப்படமே நல்ல வரவேற்பைப் பெற்றுள்ளது. துண்டுப்பிரசுரங்களும் மக்களின் ஆதரவைப் பெற்று வருகின்றன. நாட்டுப்புறப் பாடல்கள், நாடகம், நடனம், பொம்மலாட்டம் என்னும் மரபுவழி ஊடகங்களின் மூலம் அரசின் திட்டங்கள் அறிவிக்கப்படுகின்றன. 41.38 விழுக்காட்டளவினர் கலந்துரையாடல் என்ற வடிவத்தையே விரும்புகின்றனர்.

களப் பணியாளர்கள் கிராமத்திற்குச் சென்றாலும் மக்கள் தொடர்பு அதிகாரியும் கிராமங்களுக்கு அடிக்கடி செல்ல வேண்டும். மக்களை நேரில் சந்தித்து அவர்களுடைய பிரச்சினைகள், தேவைகள் பற்றி அறிந்து செயல்பட முயல வேண்டும்.

அடிக்குறிப்புகள்

1. Vijay Menon (Ed.), Media Asia, Vol. 17, No. 3, 1990, p :77.
2. தொடர்பியல், தகவல் சேவை மையங்களுக்கு, ப. 10.
3. அ. விநாயகமூர்த்தி, விளம்பரக்கலை, ப. 257.
4. ரெ. இராவணன், மக்கள் தொடர்பு அதிகாரி, மதுரை மாவட்ட மக்கள் தொடர்புத் துறை.
5. மா. பா. குருசாமி, இதழியல் கலை, ப. 174.

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

"Presented Free of Cost
with compliments from the
Central Institute of Indian Languages
(Govt. of India) MYSORE-570 006"
Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

5. கிராமப்புறங்களில் மக்கள் தொடர்புப் பிரச்சினைகளும் தீர்வுகளும்

''ஒரு நாட்டின் வளர்ச்சி என்பது, திட்டமிட்ட ஒரு சமுதாய, பொருளாதார முறையை அடைவதற்காக மேற்கொள்ளப்படுகின்ற சமுதாய மாற்றமே. இத்தகைய சமுதாய மாற்றத்தை உருவாக்கும் கருவியே தொடர்பியல்''[1]. இத்தொடர்பியலானது இன்றைய கால கட்டத்தில் ஒவ்வொரு மனிதனுக்கும் அத்தியாவசியத் தேவையாகி விட்டது. மனிதன் கருத்தைப் பிறரிடம் புலப்படுத்துவதற்காகக் குறியீடுகள், முத்திரைகள், சைகைகள் மற்றும் சொற்களைப் பயன்படுத்துகிறான். தன்னுடைய கருத்தை மிகப் பலருக்குத் தெரிவிக்க வேண்டுமெனில் பத்திரிகை போன்ற மக்கள் தகவல் தொடர்புச் சாதனங்களைப் பயன்படுத்துகிறான். இவ்வாறு தன் கருத்தைப் பிறரிடம் வெளிப்படுத்துதலே தொடர்பியலாகும் தன் கருத்தைப் புலப்படுத்தி விடுவதால் மட்டுமே இதனைத் தொடர்பியல் எனக் கூறிவிட முடியாது. தன்னுடைய கருத்தை அறிந்த மக்களின் கருத்துகளை 'எதிர் ஊட்டாக'ப் (Feed back) பெறும் போதுதான் தொடர்பியல் முழுமையானதாகக் கருதப்படும். இவ்வாறு தகவல் தருபவருக்கும் பெறுபவருக்கும் இடையில் சாதனங்களின் உதவியுடனோ, இன்றியோ நடைபெறும் செயலே தொடர்பியலாகும்.

இவ்வாறு நடைபெறும் தொடர்பியலில் மக்கள் தங்கள் கருத்துகளைப் பரிமாறிக் கொள்வதால் மக்கள் தொடர்பு ஏற்படுகிறது மக்கள் தொடர்பின் போது பிரச்சினைகள் ஏற்படுவதற்கு வாய்ப்புகள் பல உண்டு.

மக்கள் தொடர்பானது அரசின் மக்கள் தொடர்புத் துறைக்கும் ஆய்விற்கு எடுத்துக் கொள்ளப்பட்ட மதுரை

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

மாவட்டத்தைச் சேர்ந்த உத்தங்குடி கிராம மக்களுக்கும் இடையில் எவ்வாறு உள்ளது, ஒருவருக்கொருவர் தொடர்பு கொள்ளும்போது ஏற்படும் பிரச்சினைகள் என்னென்ன, அவற்றிற்கான தீர்வுகள் என்னென்ன என்பவற்றை இவ்வியல் காண்கிறது.

அரசின் செய்தி-மக்கள் தொடர்புத் துறையின் அலுவலர்களிடமிருந்தும், மாதிரிக் கிராமமான உத்தங்குடியின் மக்களிடமிருந்தும், 116 தகவலாளிகளிடமிருந்தும் பெறப்பட்ட தகவல்களிலிருந்து அறிந்து கொண்ட மக்கள் தொடர்புப் பிரச்சினைகளையும் தீர்வுகளையும் இவ்வியல் தன்னுள் கொண்டுள்ளது.

இவ்வியலில் மக்கள் தொடர்புப் பிரச்சினைகள் அனைத்திற்கும் தீர்வுகூறப்படவில்லை. பிரச்சினைகளுக்குக் கூறப்பட்ட தீர்வுகள் இவைதாம் என்றும் கூற இயலாது. வேறு சில தீர்வுகளும் இருக்கக் கூடும்.

மாதிரிக் கிராமமான உத்தங்குடியின் மக்கள் தொடர்புப் பிரச்சினைகளும் தீர்வுகளும் பற்றி அறிந்து கொள்ளும்முன் அக்கிராமத்தைப் பற்றி முதலில் தெரிந்து கொள்ளுதல் மிகவும் நலன் பயக்கும்.

உத்தங்குடி - ஓர் அறிமுகம்

மதுரை மாவட்டத்தின் வடக்கு வட்டத்தில் ஆறு உள்வட்டங்கள் உள்ளன. அவற்றுள் ஒன்று ஒத்தக்கடை வட்டம். அதிலுள்ள ரெவின்யூ கிராமங்களின் எண்ணிக்கை 15. ஊராட்சிகளின் எண்ணிக்கை ஆறு. உட்கடை கிராமங்களின் எண்ணிக்கை 15. இவற்றுள் உத்தங்குடி என்ற ஊராட்சி ஏழாவதாக உள்ளது இது, மதுரை-கிழக்கு ஊராட்சி ஒன்றியத்தைச் சேர்ந்தது. சமயநல்லூர்ச் சட்டமன்றத் தொகுதிக்கு உட்பட்டது.

இதன் ஊராட்சித் தலைவர் கே.பி.பாண்டி. இதன் கிராம நிர்வாக அலுவலர் வீர. பாண்டி. இதன் மக்கள் தொகை 2,900. இவர்களுள் ஆண், பெண் எண்ணிக்கைகளைப் பின்வரும் அட்டவணை காட்டுகின்றது.

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

எண்	மக்கள்	ஆண்கள்	பெண்கள்
1.	ஆதிதிராவிடர்கள்	250	225
2.	மலைவாழ் மக்கள்	—	—
3.	பிற்பட்டவர்கள்	1,200	1,100
4.	மற்றவர்கள்	125	100
	மொத்தம்	1,575	1,325

கிராமத்தின் மொத்தப் பரப்பு 689.03 ஏக்கர். இங்குத் தொடக்கப்பள்ளி ஒன்று மட்டுமே உள்ளது. இதனை அரசு நடத்துகிறது. இங்குப் பொது நூலகம் இல்லை. ஆரம்பத் துணை சுகாதார நிலையம் ஒன்று உள்ளது.

இங்குள்ள மக்களில் ஓர் ஏக்கருக்குக் குறைவான நன்செய் நிலம் உள்ளவர்கள், 10 பேர் மட்டுமே. புன்செய் நிலம் மட்டும் உள்ளவர்கள் 150 பேர். மற்ற அனைவரும் விவசாயக் கூலிகளே. ஊரின் செல்வநிலை மகிழும்படியாக இல்லை. 1,500 பேர் வறுமைக்கோட்டிற்குக் கீழ் உள்ளவர்கள். 65 குடும்பங்கள் வீடற்ற குடும்பங்கள்.

இங்குக் கிராம மக்கள் சாவடி ஒன்று பழுதடைந்த நிலையில் உள்ளது. சமுதாயக் கூடம் ஒன்று நல்ல நிலையில் உள்ளது பொதுக் கழிப்பறைகளோ அரசுச் சாவடிகளோ இங்கு இல்லை.

இங்கு நிரந்தரத் திரையரங்கோ, அரை நிரந்தரத் திரையரங்கோ, தற்காலிகத் திரையரங்கோ இல்லை. அரசின் திட்டங்களையும் வளர்ச்சிப் பணிகளையும் உதவித் தொகை விவரங்களையும் எடுத்துக் கூறுவதற்கு அரசு மக்கள் தொடர்பு அலுவலர்கள் அவ்வப்போது வந்து செல்கின்றனர்.

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

பெரும்பான்மையான மக்கள் ஆரம்பக் கல்வி பெற்றவர்களாக இருப்பதனால் மக்கள் தொடர்பு அதிகாரியின் பணி இங்கு அவசியத் தேவையாக உள்ளது. மக்களைக் கூட்டிச் சாலையில் திரைப்படம் காட்டுதல், கூட்டங்கள் நடத்துதல் ஆகியவற்றால் இம் மக்களுக்கு அவர்கள் அரசுத் திட்டங்களை அறிவிக்கின்றனர்.

பொதுவாக, இங்ஙனம் பணியாற்றக்கூடிய மக்கள் தொடர்பு அதிகாரிக்கு ஏற்படும் பிரச்சினைகளாக,

1) பத்திரிகையாளர் கூட்டங்களைக் கூட்டுவதில் மக்கள் தொடர்பு அதிகாரிக்கு ஏற்படும் பிரச்சினை.

2) பத்திரிகையாளர்களின் தவறான செய்தி வெளியீட்டால் மக்கள் தொடர்பு அதிகாரிக்கு ஏற்படும் பிரச்சினை என்னும் இரண்டினை டி எஸ். மேத்தா குறிப்பிடுகிறார்.[2]

உத்தங்குடி ஒருகிராமம் என்ற வகையில்இப்பிரச்சினைகள் இல்லை. எனினும், மக்களோடு தொடர்பு கொள்ளும்போது வேறு பிற பிரச்சினைகள் பலவற்றை எதிர்கொள்ள வேண்டியிருக்கிறது. மக்கள் தொடர்புத்துறை, மக்கள் தொடர்பு அதிகாரி, மக்கள் என்ற மூவகையினரும் பிரச்சினைகள் பலவற்றை எதிர்கொள்ளும் வாய்ப்பிருக்கின்றது.

ஆய்வில் கூறப்படும் பிரச்சினைகளுக்குத் தீர்வுகளாக, மக்கள் தொடர்புத் துறையினர், இத்துறை சார்ந்த அதிகாரிகள் மற்றும் ஆய்விற்குட்பட்ட உத்தங்குடி மக்கள் கருத்துகள் தெரிவிக்காததால் ஆய்வாளரே தீர்வுகளைக் கூறியுள்ளார்.

மக்கள் தொடர்புத் துறைக்கு ஏற்படுகின்ற பிரச்சினைகள்

அரசின் திட்டங்களையும் கொள்கைகளையும் கிராம மக்களுக்கு எடுத்துரைக்க மக்கள் தொடர்புத் துறையினர்

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

அவர்களை நாடிச் செல்வர். அங்ஙனம் செல்லும் போது, மக்கள் தொடர்புத்துறைக்கு ஏற்படுகின்ற பிரச்சினைகளை,

1. நிதிப் பற்றாக்குறை
2. வாகன வசதிக் குறைவு
3. நவீன சாதனங்களின் பற்றாக்குறை
4. கிராம மக்களின் ஆதரவின்மை
5. கிராம மக்களின் தற்சார்பு
6. திரையரங்க உரிமையாளரின் அக்கறையின்மை
7. செய்திச் சுருள்களுக்கு ஆதரவின்மை
8. போக்குவரத்துப் பிரச்சினை
9. நடைமுறைப் பிரச்சினைகள்

என்றவாறு வகைப்படுத்தலாம்.

1. நிதிப் பற்றாக்குறை

மக்கள் தொடர்புத் துறை மக்கட்கு அரசின் திட்டங்களை அறிவிக்க அரசானது இத் துறைக்கு நிதியை ஒதுக்குகிறது மாவட்ட மக்கள் தொடர்பு அலுவலர்களுக்கு மாவட்டத்தில் மக்கள் தொடர்பிற்கான செலவு செய்வதற்காக முன்பு ஒதுக்கிய நிதி ஆண்டுக்கு ரூ 32,000. 1984 முதல் இவ்வாறு மாவட்டத்திற்கு ஒதுக்கப்படும் தொகை ஆண்டிற்கு ரூ. 6.5 இலட்சம். இத்தொகையில் போக்குவரத்து, துண்டுப்பிரசுரம், சுவரொட்டி, கண்காட்சி அமைப்பு, வண்டிக்கூலி முதலியவற்றை ஈடுகட்ட வேண்டும். மதுரை மாவட்டத்தில் மட்டும் 560 கிராமப் பஞ்சாயத்துகள் உள்ளன. எனவே இவை அனைத்திற்கும் மாதத்திற்கு ஒரு முறையோ இரண்டு மாதத்திற்கு ஒரு முறையோ இத்துறை செய்திகளைக் கொண்டு செல்ல வேண்டும். செலவினங்கள் வளர்ந்து விட்ட இந்நாளில் மேற்படி ரூ. 6.5 இலட்சத்திற்கு 25 சதமான வேலைகள் கூட நடத்துதல் இயலாது.

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

மக்கள் தொடர்பிற்கான பணிகளைச் சீராகவும் அதிகமான அளவிலும் இத்துறையினர் கிராமங்களில் மேற்கொள்ள வேண்டுமாயின் நிதி ஒதுக்கீடு அதிகமாக்கப் படுதல் வேண்டும். அப்போதுதான் மாவட்டத்தின் அனைத்துக் கிராமப் பகுதிகளோடும் மக்கள் தொடர்புத் துறையினர் அதிகமான அளவில் தொடர்பு கொள்ள முடியும்.

அரசானது மக்களிடம் தன்னுடைய திட்டங்கள் முதலானவற்றைப் பரப்புவதற்காக மக்கள் தொடர்புத் துறையின் மூலம் பொருட்காட்சி நடத்த முடிவெடுக்கிறது. இதற்கென ஓரளவு நிதியை ஒதுக்குகிறது அரசு. இந்நிதியை வைத்துக் கொண்டு பொருட்காட்சிக்கான அரங்குகள் அமைத்தல், மேடைகள் அமைத்தல், அலங்காரங்கள் செய்தல், பொருட்காட்சிக்குத் தேவையான சில அத்தியாவசியப் பொருட்களைத் தயாரித்தல், இவற்றைச் செய்வதற்காகக் கலைஞர்களை அழைத்து வருதல், அவர்களுக்கு ஊதியம் கொடுத்தல், மின் வசதிகள் அமைத்தல், துண்டுப்பிரசுரங்கள் போன்றவற்றின் மூலம் விளம்பரங்கள் செய்தல், இவை அனைத்திற்குமான போக்குவரத்துச் செலவுகள், பொருட்காட்சியைக் காண வருகின்ற மக்களுக்குக் கொடுப்பதற்காகக் கையேடுகள், துண்டுப்பிரசுரங்கள் தயாரித்தல் போன்ற செலவுகளை இத்துறை மேற்கொள்ள வேண்டியுள்ளது. அரசிடமிருந்து இத்துறைக்குக் கிடைக்கும் நிதியானது போதுமானதாக இல்லை. இதனால் மக்கள் தொடர்புத்துறை சில செலவுகளைக் கட்டுப்படுத்திக் கொண்டு நிதி ஒதுக்கீட்டைச் சமாளித்துப் பொருட்காட்சியை நடத்த வேண்டியுள்ளது.

சில சமயங்களில் நாலைந்து கிராமங்களுக்குச் சேர்த்து ஒரு பொருட்காட்சி நடத்தப்படுவதுண்டு. மாவட்ட மக்கள் தொடர்பு அதிகாரி இதனைக் கண்காணிக்கிறார். மாவட்டங்களுக்கு அரசு ஒதுக்குகின்ற நிதி நிலை முன்னரே குறிப்பிடப்பட்டுள்ளது. கிராமங்களில்

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

நடத்தப்படும் பொருட்காட்சியின் நிதி நிலைமையைப் பற்றி இத்துறை சார்ந்த அதிகாரி ஒருவர் ஆய்வாளருக்கு அளித்த பேட்டியின் மூலம் அறியலாம்:

கேள்வி : பொருட்காட்சி அமைப்பதற்கான நிதி அளவு போதுமானதாக இருக்கிறதா?

பதில் : இப்பொருட்காட்சியை அமைப்பதற்கு நிறைய செலவுகள் ஆகின்றன ஒரு கிராமத்தில் பொருட்காட்சியை நாலைந்து நாட்களுக்காவது நடத்தவேண்டும். இதற்கான மின் செலவுக்கு ரூ.100/- தான் அரசு தருகிறது இது. மின் செலவுக்குப் போதுமானதாக இல்லை. குறைந்தபட்சம் 250/- ரூபாயாவது தேவைப்படுகிறது. அரசிடமிருந்து இத் தொகை கிடைப்பது அரிதாகவே உள்ளது.

நிதிப்பற்றாக்குறைக்குரிய தீர்வு என்னவெனில், மக்களிடைவே நல்லெண்ணத்தைப் பெற விரும்பும் அரசு, பொருட்காட்சியை மக்கள் தொடர்புத் துறை அமைப்பதற்கான நிதி ஒதுக்கீட்டைப் பற்றி ஆராய வேண்டும். இத் துறை சார்ந்த அதிகாரிகள், அலுவலர்கள் ஆகியோரிடம் கருத்துகளைச் சேகரிக்க வேண்டும். இவற்றுடன் நிதி ஒதுக்கீட்டின் அளவையும் விரிவுபடுத்தி, பொருட்காட்சிக்கான நிதிப் பிரச்சினையைத் தீர்க்க வேண்டும்.

2. வாகன வசதிக் குறைவு

மக்கள் தொடர்புத் துறைக்குப் போதிய வாகன வசதிகள் வேண்டும். தமிழ்நாடு முழுவதும் சுமார் 77 வேன்கள் மக்கள் தொடர்புத் துறைக்காகச் செயல்பட்டுக் கொண்டிருக்கின்றன. மக்கள் தொடர்பு அலுவலர்கள் 'மக்கள் தொடர்பு' மேற்கொள்ள வேண்டிய கிராமங்கள் அதிகம். மாவட்டப் பரப்பும் பெரியது. ஒரே நேரத்தில் பல திசைகளுக்கும் செல்ல நேரிடுகிறது. இந்நிலையில் இப்போதுள்ள மாவட்ட மக்கள் தொடர்புத் துறைக்கான வாகனங்கள் இரண்டும் நல்ல நிலையில்

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

செயல்பட்டுக் கொண்டிருந்தாலும் கூடுதல் வாகனங்கள் கொடுக்கப்பட வேண்டும். அப்போதுதான் மக்கள் தொடர்பு அதிகாரி எந்தவொரு திட்டத்தையும் விரைவாகத் தெரிவிக்க முடியும். எந்தவொரு நாட்டில் தகவல் தொடர்புச் சாதனங்களின் உதவியுடன் மக்கள் தொடர்பு விரைவாக நடைபெறுகிறதோ அந்த நாடு தான் வளர்ச்சியை நோக்கி விரைவாகச் சென்று கொண்டிருக்கிறது என்று கூற முடியும். எனவே, மக்கள் தொடர்புத் துறைக்குக் கூடுதலான வாகனங்கள் கொடுக்கப்படுவதன் மூலமே இப் பிரச்சினைக்குத் தீர்வு கண்டு வளர்ச்சியைப் பெற முடியும்.

3. நவீன சாதனங்களின் பற்றாக்குறை

மக்கள் தொடர்புத்துறை மேலும் உயர்வதற்கான கருத்துகளை மதுரை மாவட்ட மக்கள் தொடர்பு அதிகாரியிடம் ஆய்வாளர் வினாநிரலின் மூலம் கேட்டபோது, இத்துறையின் விளம்பரச் சாதனங்கள் நவீனமயமாக்கப்படவேண்டும் என்று குறிப்பிட்டுள்ளார்.

அறிவியலானது பல துறைகளில் முன்னேறி வருகிறது. ஒலிப் பேழை, கணினி (கம்ப்யூட்டர்) முதலான கருவிகள் வழக்கத்திற்கு வந்துவிட்டன. ஆதலின் கிராம மக்களின் கருத்துகளைப் பதிவு செய்யவும், பகுக்கவும், தீர்வு காணவும் இன்னும் நவீன சாதன வசதி மக்கள் தொடர்புத் துறைக்கு இருந்தால்தான் மக்களிடம் இன்னும் அதிகமான அளவிலும் விரைவாகவும் கருத்துகளைப் பரப்ப முடியும். மக்கள் தொடர்புத் துறையினரும் கருவிகளின் வசதியால் கிராம மக்களிடம் மிகுதியான அளவுக்குச் செயல்பட முடியும்.

4. கிராம மக்களின் ஆதரவின்மை

தமிழக அரசின் திட்டங்கள், கொள்கைகள், சாதனைகள், கருத்துகள் ஆகியவற்றைத் தமிழரசு, திரைப்படம்

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

வாய்மொழிப் பிரசாரம், துண்டுப் பிரசுரம் என்பனவற்றின் மூலம் மக்கள் தொடர்புத் துறையானது மக்களுக்குத் தெரிவிக்கிறது இவ்வாறு தெரிவிக்கும் போது இத் துறையினருக்கு வாய்மொழிப் பிரசாரம் மற்றும் பொருட்காட்சியில் தான் அதிகமான அளவில் பிரச்சினைகள் ஏற்படுகின்றன.

இத்துறை வாய்மொழிப்பிரசாரம் மூலமாக ஒரு கிராமத்தில் தமிழக அரசின் கொள்கைகள் முதலானவற்றை எடுத்துக் கூறுபபோது குறிப்பிட்ட அந்தக் கிராமத்து மக்களின் நிறைவுறாத தேவைகள் பற்றிய பிரச்சினைகள் ஏற்படுகின்றன. எனவே, இத்துறையானது ஒரு கிராமத்திற்குப் பிரசாரம் செய்யப் போகிறது எனில், அக் கிராமத்தின் நிலைமைகள், தேவைகள் பற்றி முதலில் தெரிந்து கொள்ளவேண்டும். அவை எவ்வகையில் நிறைவேற்றப்படவேண்டும் என்பதை அறிந்துகொண்ட பிறகே அக்கிராமத்து மக்களின் ஆதரவுடன் வாய்மொழிப் பிரசாரத்தை மேற்கொள்ளவேண்டும். இதனால் இப்பிரச்சினை தீர வாய்ப்புண்டு.

மக்கள் தொடர்புத் துறையானது மக்களுடன் தொடர்பு கொள்ளப் பொருட்காட்சியை அமைக்கிறது. இதனை அமைப்பதிலும் இத்துறைக்குச் சில பிரச்சினைகள் ஏற்படுகின்றன. அரசு மிகுந்த பொருட் செலவில் பொருட் காட்சியை அமைத்து மக்களை ஈர்க்கவும் தன்னுடைய சாதனைகளை அவர்களுக்குத் தெரிவிக்கவும் ஏற்பாடு செய்கிறது. பொருட்காட்சி அரங்கினுள் நுழைய அனுமதி இலவசம் என்றால் மக்கள் பலர் வருகிறார்கள். பொருட் காட்சியில் கூறப்படும் கருத்துகளை உள்ளத்தில் வாங்கிக் கொள்கிறார்களோ இல்லையோ வரவாவது செய்கிறார்கள். ஆனால், அனுமதிக் கட்டணம் என்று ஒன்றை ஏற்படுத்தினால் ஒருவரும் வருவதி

இப்பிரச்சினையைச் சமாளிக்க மக்கள் தொடர்புத் துறை, மக்களை ஈர்க்கப் 'பிளாஸ்டிக்' பொருட்கள்,

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

குழந்தைகளுக்கான விளையாட்டுப் பொருட்கள், ஆயத்த ஆடைகள் மற்றும் பெண்களுக்கான ஒப்பனைப் பொருள்களை விற்பனை செய்யும் கடைகளும், ரங்கராட்டினம், வளையம் வீசுதல் முதலிய விளையாட்டுச் சாதனங்களும், இலவச நாடகம், இலவசத் திரைப்படம் முதலான பொழுது போக்குச் சாதனங்களும் இணைத்துப் பொருட்காட்சி அரங்கினை நடத்தவேண்டியுள்ளது. அவற்றால் கவரப்பட்டு உள்ளே வரும் மக்கள் அரசுத் துறை அரங்கையும் பார்த்துப் பயன்பெறும் வாய்ப்பு ஏற்படுவதால் இப் பிரச்சினை தீர வாய்ப்பேற்படுகின்றது.

5. கிராம மக்களின் தற்சார்பு

திரையரங்க உரிமையாளர்கள் சிலர் செய்தி மலருக்காக அரசுக்குக் கட்ட வேண்டிய பணத்தைக் கட்டிவிடுவார்கள். ஆனால், செய்தி மலரைத் திரையில் காட்ட மாட்டார்கள். காண்போரின் (Audience) விருப்பு வெறுப்புகளே இதற்குக் காரணம். அதாவது சில செய்தி மலர்கள் முற்றிலும் அறிவியல் செய்திகளைக் கூறுவதாகவும் முழுக்க முழுக்க அரசுச் செய்தித் தொகுப்பாகவும் இருக்கக்கூடும். தாம் எதிர்பார்த்து வந்திருக்கின்ற திரைப்படத்தைக் காண்பதற்கு இச் செய்திச் சுருள் தடையாக இருக்கிறது என்ற எண்ணம் காரணமாக, அரங்கில் உள்ளோர் பல்வேறு ஒலிகள் எழுப்பிச் செய்தி மலரை இடையில் நிறுத்தச் செய்து விடுவதுண்டு.

திரையரங்க உரிமையாளர், காண்போர் ஆகியோரிடையே ஏற்படும் இப்பிரச்சினைக்குத் தீர்வு காணுதல் என்பது இயலாததே. மக்கள் தொடர்பானது சூழ்நிலை, நோக்கம் ஆகியவற்றின் அடிப்படையிலும் செயல்பட வேண்டியுள்ளதால் மக்கள் தொடர்பு அதிகாரி இப்பிரச்சினையை எவ்வாறேனும் சமாளிக்க வேண்டியிருக்கிறது.

மக்கள் தொடர்புத் துறை ஒரு கிராமத்தில் செய்தி மலர் மூலமாக அரசின் கொள்கைகள் முதலானவற்றை

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

எடுத்துச் செல்லும் போது அரசியல் நோக்கங்கள் காரணமாகப் பிரச்சினைகள் ஏற்படுகின்றன. செய்தி மலரானது தமக்குப் பிடிக்காத அரசியல் தலைவர்கள் பற்றியது எனில் கிராம மக்கள் அச் செய்தி மலரை உடனடியாக நிறுத்தி விடுமாறு குரல் எழுப்புவதுண்டு.

இந்நிலையில், மக்கள் தொடர்பு அதிகாரி, மக்களுடன் சுமுகமாகப் பேசியே மலரைத் திரையிடுமாறு திரையரங்க உரிமையாளரிடம் கூறி இப்பிரச்சினையைச் சமாளிக்க வேண்டியிருக்கிறது

6. திரையரங்க உரிமையாளரின் அக்கறையின்மை

சில சமயம் திரையரங்க உரிமையாளர் ஊரில் இல்லை என்றால் திரையரங்க ஊழியர்கள் புதிய செய்தி மலரை அலுவலகத்தின் சார்பாக ஏற்றுக்கொள்ள மாட்டார்கள். உரிமையாளர் ஊரிலிருந்து வந்து சேர்ந்த பிறகே இச் செய்தி மலரை ஏற்றுக் கொள்வார்கள் இதனால் இச்செய்திமலர், திரையில் அந்த வாரம் முழுமையாக இடம் பெறாமல் சில நாட்கள் மட்டுமே இடம் பெற வேண்டிய சூழல் ஏற்படுகின்றது.

தருநருக்கும் (அரசின் மக்கள் தொடர்புத்துறை) பெறுநருக்கும் (காண்போர்) இடையில் செயல்படுகின்ற பரப்புபவர்களைத் (ஊழியர்களை) 'தடை' என்று குறிப்பிடலாம். ஏனெனில், இவர்கள் செய்தி மலரை ஏற்றுக் கொள்ளாத இத்தன்மையால் அனைத்து மக்களுக்கும் போய்ச் சேர வேண்டிய செய்தி மலர் குறிப்பிட்ட சில நாட்கள் மட்டுமே திரையரங்கில் இடம் பெற்றுக் குறிப்பிட்ட சில மக்களை மட்டுமே போய்ச் சேர்கின்றது; மற்றவர்கள் பார்க்க முடியாமற் போகின்றது.

சில சமயங்களில் ஒரு குறிப்பிட்ட கட்சியைச் சேர்ந்த திரையரங்க உரிமையாளர் தமக்கு எதிரான கட்சி ஆட்சியில் இருக்கும் போதே வந்த செய்தி மலர்

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

என்றால் அதனைப் பாதியில் முடித்து விடுவதுண்டு. அல்லது ஒரு கிராமத்தின் குறிப்பிட்ட அரசியல் கட்சியினர் தமக்கு எதிரான ஆளும் கட்சியினரின் மலரை ஒலியெழுப்பித் தடுத்து விடுவதுமுண்டு.

இந்நிலையில் மக்கள் தொடர்பு அதிகாரி நேரடியாகத் தலையிட்டுத் திரையரங்க உரிமையாளர்களிடம் அம் மலரைப்போட வேண்டும் என வற்புறுத்த முடியாது திரையரங்க உரிமையாளருடன் நிதானமாகப் பேசி நிலைமையினை உணரச் செய்யவேண்டியுள்ளது. இப்படியே, மலரைக் காட்டும் நேரத்தைப் படிப்படியாக அதிகரிக்கச் செய்து இப் பிரச்சினைக்குத் தீர்வு காண்கிறார், மக்கள் தொடர்பு அதிகாரி.

7. செய்திச் சுருள்களுக்கு ஆதரவின்மை

அரசின் திட்டங்களையும் கொள்கைகளையும் மக்கள் தொடர்புத் துறையானது செய்திச் சுருள்களின் மூலமாக மக்களுக்குத் தெரிவிக்கிறது. இச்செய்திச் சுருள்களைக் காணும் போது, உத்தங்குடி கிராம மக்களில் 57.76 விழுக்காட்டளவினர் ஆளும் கட்சியினரின் நினைவு தங்களுக்கு ஏற்படுகின்றது என்றும், 38.79 விழுக்காட்டளவினர் தங்களுக்கு அவ்வாறு ஏற்படுவதில்லை என்றும், கருத்துத் தெரிவித்தனர். 3.45 விழுக்காட்டளவினர் இது பற்றிய கருத்தினைத் தெரிவிக்கவில்லை.

ஆளும் கட்சியினரின் நினைவு ஏற்படுவதால் செய்திச் சுருள்களில் கூறப்படும் கருத்துகள் மீது மக்கள் கவனம் செலுத்த இயலாமல் போகிறது. இதனால் அரசின் திட்டங்கள் முதலானவை கிராம மக்களைக் குறைவான அளவே சென்றடைகின்றன. அதே சமயம் 76.72 விழுக்காட்டளவினர் செய்திச் சுருள்களுக்கு ஆதரவு தருகின்றனர். கருத்துகளில் கவனம் செலுத்த இயலாமையால் இவர்களுள் 57.76 விழுக்காட்டளவினரின் ஆதரவு இல்லாமல் போய்விட வாய்ப்பு ஏற்படுகிறது.

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

மக்கள் தொடர்புத் துறை இப்பிரச்சினையைக் கவன-மாகக் கையாள வேண்டும். ஆளும் கட்சியின் சார்பாகவே இத்துறை செயல்படினும் செய்திச் சுருள் முதலான-வற்றின்மூலம் மக்களுடன் தொடர்பு கொள்ளும் போது எச்சரிக்கையாக இருக்கவேண்டும். மக்கள், செய்திச் சுருள்களில் கூறப்படும் கருத்துகளில் கவனம் செலுத்-தும் வண்ணம் செய்திச் சுருள்களை அமைக்க வேண்டும். இவ்வாறு இல்லாமல் அமையும் செய்திச் சுருள்களால் அரசு, மக்களிடம் தன்னுடைய நற்பெயரை இழக்க வாய்ப்பு ஏற்படும். இந்நிலை நேராமல் இருக்க மக்களின் 'கவனம் செலுத்த இயலாமை' என்ற பிரச்சினையைத் தீர்க்க வழி, மக்கள் தொடர்புத் துறையானது, தான் தயாரிக்கும் செய்திச் சுருள்களில், 'கருத்து வழங்கு முறை'யை மாற்றிக் கொள்வதே ஆகும்.

8 போக்குவரத்துப் பிரச்சினை

மைய அரசும் மாநில அரசும் தனித்தனியே செய்தி மலர்களைத் தயாரித்து அந்தந்தக் கள விளம்பர இயக்ககம் மற்றும் செய்தித்துறை மூலமாக மாவட்டங்களில் உள்ள திரையரங்குகளுக்கு அனுப்புகின்றன. ஒரு வாரம் மைய அரசு மலர், அடுத்த வாரம் மாநில அரசு மலர் என்று ஒரு பட்டியலை அவற்றிற்குக் கொடுக்கப்பட்ட 'மலர் எண்' வரிசைப்படி ஒவ்வொரு திரையரங்கிற்கும் அனுப்பி விடுவார்கள். இந்நிலையில் பிரச்சினை வர வாய்ப்பில்லை. ஆனால், கொண்டு சென்ற திரையரங்கின் ஊழியர்கள் அதனைத் திரும்ப அலுவலகத்திற்கு அனுப்-பும் போது பேருந்து மற்றும் புகைவண்டிகளால் ஏற்படும் போக்குவரத்துப் பிரச்சினையால் கால்தாமதம் ஏற்பட்டு விடுவதுண்டு.

திரையரங்க உரிமையாளர் விளம்பரப் படங்களை அடுத்துத் திரைப்படத்தைப் போட்டு விடுவார். அல்லது தம்மிடம் தங்கிவிட்ட முன்னைய செய்திமலர் ஏதேனும்

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

இருப்பின் அதனை அரங்கில் காட்டி விடுவார். இத்தகைய தாமதங்கள் எப்போதேனும் ஒரு முறையே நிகழ்கின்றன. இவை தீர்ப்பதற்கு அரிதான பிரச்சினைகளல்ல.

9. நடைமுறைப் பிரச்சினைகள்

பெண்களுக்குச் சொத்துரிமை, ஆண்களுக்குச் சமமான கூலி பெறும் உரிமை, வேலை நேரச் சம உரிமை முதலியவற்றைக் கிராம மக்களுக்கு எடுத்துரைப்பதிலும் நடைமுறைப் பிரச்சினைகள் மக்கள் தொடர்புத் துறைக்கு ஏற்படுகின்றன. தம் உரிமையைப் பற்றி அரசு கவனம் கொள்கிறது என்ற எண்ணம் பெண்களிடத்தில் எளிதில் ஏற்படுவதில்லை. உலகியல் அறிவின்மை காரணமாகவும் மன உறுதியின்மை காரணமாகவும் பழக்கம் பண்பாடுகள் காரணமாகவும் அவர்கள் இச் செய்திகளைப் பெரிதாக எடுத்துக் கொள்வதில்லை ஆண்களில் சிலரோ இச் செய்திகள் கிராமப் புறங்களில் பரவாமல் இருப்பதே தமக்கு நல்லது என்ற கொள்கையுடையவர்கள். எனவே, மக்கள் தொடர்பு அலுவலர்கள் இவற்றைப் பரப்புவதற்கு மிகுந்த சிரமப்பட வேண்டியுள்ளது. இதற்கேற்ற திரைப்படக் கருவிகள், படங்கள், புகைப்படங்கள் ஆகியவற்றைக் கொண்டு சென்றாலும் மக்களின் ஆதரவு கிடைப்பதில்லை. அல்லது சில கிராமங்களில் மக்கள் விரட்டவே ஆரம்பித்து விடுகின்றனர். இத்தகைய புறக்கணிப்பையும் எதிர்ப்பையும் பொருட்படுத்தாமல் இத்துறையினர் தங்கள் கடமையைச் செய்ய வேண்டியுள்ளது இது நடைமுறைப் பிரச்சினையாக இருப்பதால் இப்பிரச்சினைக்குத் தீர்வு **காண்பது சற்றுக் கடினமான காரியமாகும்.**

மக்கள் தொடர்புத் துறைக்கு ஏற்படும் பிரச்சினைகளுள், மக்களுடைய பழக்கம், பண்பாடு காரணமாக எழக்கூடிய நடைமுறைப் பிரச்சினையானது தீர்வு காண்பதற்கு அரிதான பிரச்சினையாக உள்ளது.

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

மக்கள் தொடர்பு அலுவலர்களுக்கு ஏற்படும் பிரச்சினைகள்

அரசின் மூலமாகவும் பிறரின் மூலமாகவும் மக்கள் தொடர்புத் துறைக்கு இவ்வாறான பிரச்சினைகள் ஏற்பட்டாலும் மக்கள் தொடர்பு அலுவலர்களான அதிகாரிகள், களப்பணியாளர்கள் ஆகியோர் கிராமங்களுக்கு நேரடியாகச் சென்று மக்கள் தொடர்பை மேற்கொள்ளும் போதும் சில பிரச்சினைகள் தோன்றுகின்றன

இப்பிரச்சினைகளை,

1 குறைவான பணியாளர் நியமனம்
2. செயல்பட இயலாமை
3 கருத்துத் தெரிவிக்க இயலாமை
4 வசதிக் குறைவு
5. மக்களின் ஆதரவின்மை
6 மனநிலை பாதிப்பு
7. கருத்து வெளிப்பாடின்மை

என்று வகைப்படுத்தலாம்.

1. குறைவான பணியாளர் நியமனம்

தமிழக அரசு மக்கள்தொடர்புத்துறையானது 1954-இல் உருவாக்கப்பட்டது. அரசின் திட்டங்கள் முதலானவற்றை அறிவிக்க மக்கள் தொடர்பு அதிகாரிகள், களப்பணியாளர்கள், செய்தி மலர்கள் தயாரிப்பவர்கள், கிராமங்களில் இவற்றைத் திரையிட்டுக் காட்டுபவர்கள் மற்றும் மக்கள் தொடர்புத் துறையின் வரவு செலவைக் கணக்கெடுப்பவர்கள் எனப் பல அலுவலர்கள் நியமிக்கப்படுகின்றனர்.

மக்கள் தொடர்பு அதிகாரியை ஆய்வாளர் சந்தித்த போது அனைத்துப் பகுதிகளுக்கும் சென்று மக்களிடம் தொடர்பு கொள்ள முடிவதில்லை என்று கருத்துத்

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

தெரிவித்தார். இதற்கான காரணத்தைக் கேட்டபோது. குறிப்பாக மாவட்டப் பரப்பளவு அதிகம்; கிராமங்களும் மிகுதி என்று கூறினார்.

உத்தங்குடி கிராம மக்களிடம் கருத்துகளைக் கேட்ட போது மக்கள் தொடர்பு அதிகாரிகளின் வருகை குறித்து அறிய முடிந்தது. இவ்விருவகைக் கருத்துகளையும் பார்க்கும் போது மக்கள் தொடர்பு அதிகாரிகளின் நிலைக்குக் காரணம் தெளிவாகிறது. அவர்களுடைய இந்நிலை மாற வேண்டுமெனில், தலைமைச் செயலகத்திற்குப் போதுமான அளவு மக்கள் தொடர்பு அதிகாரிகள் இருப்பது போல, மாவட்ட மக்கள் தொடர்புத் துறைக்குக் கட்டாயம் கூடுதலான அதிகாரிகள் நியமிக்கப்பட வேண்டும்.

மதுரை மாவட்ட மக்கள் தொடர்புத் துறையில் ஒரு மக்கள் தொடர்பு அதிகாரியும் இரண்டு உதவி மக்கள் தொடர்பு அதிகாரிகளும் 18 பணியாளர்களும் இருக்கிறார்கள். கூடுதலான மக்கள் தொடர்பு அதிகாரிகள் நியமிக்கப்பட்டால் ஒரு மக்கள் தொடர்பு அதிகாரி மாவட்ட ஆட்சித் தலைவரைச் சேர்ந்த பணிகளைச் செய்யவும், மற்றொருவர் கிராம மக்களை நேரில்சென்று சந்திப்பதற்கான பணிகளைச் செய்யவும், வேறொருவர் கிராம மக்களை நேரில் சென்று சந்திப்பதற்கான பணிகளைச் செய்யவும் வேறொருவர் களப் பணியாளர்கள் மற்றும் உள்ள மக்கள் தொடர்பு அலுவல்களைக் கவனிப்பதற்கு எனவும் நியமிக்கலாம். இவ்வாறு நியமிக்கப்பட்டால் தான் அரசின் அனைத்துத் திட்டங்களும் கொள்கைகளும் கிராம மக்களை முழுமையாகச் சென்றடையும். அரசிற்கும் மக்களுக்கும் இடையில் சரியான புரிந்து கொள்ளல் உண்டாகி, நெருக்கம் உண்டாகும்.

2. செயல்பட இயலாமை

பல மதம், இனம், கட்சி உடைய நம் நாட்டில் மக்கள் தொடர்பு அதிகாரிகள் அரசின் கீழேயே செயல்பட

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

வேண்டியுள்ளது. அரசு மாறும் போது அந்தந்த அரசின் கீழேயே இவர்கள் செயல்பட வேண்டியுள்ளதால், மக்கள் தொடர்பு அதிகாரிகளால் சில சமயங்களில் செயல்பட முடியாமல் போகின்றது

தலைமைச் செயலகத்தில் உள்ள மக்கள் தொடர்பு அதிகாரி ஒருவரை ஆய்வாளர் சந்தித்த போது அவ் அதிகாரி கூறிய கருத்து: ''தொலைக்காட்சி, வானொலி, வீடியோ முதலான உயர்நிலைத் தொடர்புச் சாதனங்கள் கிராம மக்களுக்கான நிகழ்ச்சிகளை மிகக் குறைவாகவே வழங்குகின்றன. பெரும்பாலான நிகழ்ச்சி-கள் நகர மக்களை மையமாகக் கொண்டே அமைந்துள்-ளன இது ஒருவகைப் பிரச்சினை.

தொலைக்காட்சி முதலான சாதனங்களுள் சில அரசியலை மையமாக வைத்து இயங்குகின்றனவே தவிர, கிராம மக்களின் நன்மையையோ நாட்டு ஒற்று-மையையோ மதச் சார்பின்மையையோ வலியுறுத்துவது மிகவும் குறைவாக உள்ளது; அல்லது வாயளவில் இவற்றைக் கூறுவதாக உள்ளது. மக்களுக்கு வேண்டிய தகவல்களைச் சொல்வது மிகவும் குறைவே''[3]

இதற்கு அடிப்படைக் காரணம் ஒன்று உண்டு. இந்தியா போன்ற மக்களாட்சி நாடுகளில் கட்சிகளே அரசு அமைப்பின் பெரும்பான்மை பெற்றுப் பதவியேற்-கின்றன இப்படிக் கட்சி அரசு மாறும் போது அரசின் கொள்கைகள் மாறுகின்றன; திட்டங்கள் மாறுகின்றன; செயல்பாடுகளும் மாறுகின்றன. இம் மாற்றங்களால் பாதிக்கப்படுவோர் அல்லது திகைப்படைவோர் மக்கள் தொடர்பு அலுவலர்களே. கடந்த ஆட்சியின் போது வலியுறுத்திப் பேசிய கொள்கைகளைப் புதிய ஆட்சியின் போது கண்டு கொள்ளாமல் கைவிடும்படியான நிலைமை ஏற்படுகின்றது.

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

பல மதம், இனம், மொழி, கட்சி அமைப்புடைய நம் இந்திய மக்களாட்சி நாட்டில் இப் பிரச்சினைக்குத் தீர்வு காணுதல் என்பது மிகவும் அரிதே.

3. கருத்துத் தெரிவிக்க இயலாமை

மாவட்ட ஆட்சித் தலைவருக்கு நேர்முக உதவி-யாளர்கள் பலர் உண்டு பொதுப்பிரிவு, உணவுப் பொருட்கள் வழங்குதுறை, பிற்பட்டோர் நலத்துறை, நில அளவை மற்றும் சீர்திருத்தத்துறை, சிறைத்துறை, மகளிர்நலத்துறை, மக்கள் கணக்கெடுப்புத்துறை, வரு-வாய்த்துறை என்ற பல்வேறு துறைகளுக்குள்ள உயர் தலைவர்களும் மாவட்ட ஆட்சித் தலைவரின் நேர்முக உதவியாளர்களாக விளங்குகின்றனர் இவர்கள் அனை வரிலும், அவருக்கு மக்களின் மனநிலையைத் தெரிவிக்-கின்ற நேரடியான பொறுப்பு மக்கள் தொடர்பு அதிகா-ரிக்கே உண்டு.

மக்களின் நாடித் துடிப்பை அறிந்து மாவட்ட ஆட்சித் தலைவருக்குத் தெரிவிப்பவர் இவரே. ஆயின், நடை-முறையில், இவரது இப்பொறுப்பு முக்கியமானதாகக் கருதப்படுவதில்லை. மாநில அமைச்சர்கள், இயக்குநர்கள் மாவட்டங்களுக்கு வரும்போது மட்டும் இவர் தேவைப்-படுகிறார். வரவேற்கவும் வழியனுப்பவும் இடையில் வசதிகள் செய்து கொடுக்கவும் மட்டுமே இவர் பயன்படு-கின்றார். இன்றுள்ள நிலைமை இதுவே. எனவே, மாவட்ட ஆட்சித் தலைவருக்கு அடுத்த நிலையிலுள்ள அதிகாரியாகப் பணியாற்றுகின்ற மக்கள் தொடர்பு அதிகாரி அரசிடம் எதையும் நேரடியாக - தைரியமாக எடுத்துச் சொல்ல முடியாத நிலை உள்ளது. இந் நிலை-யில் இப்பிரச்சினைக்குத் தீர்வு காண்பது அரிது.

4. வசதிக் குறைவு

களப் பணியாளர்கள் ஒரு கிராமத்திற்குச் சென்று திரைப்படமும் புகைப்படக் காட்சியும் காட்டப் போகி-

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

றார்கள் எனின், அவர்களுக்கான இடவசதி, மின்வசதி, தண்ணீர்வசதி, தங்கும் இடம் முதலானவை கிடைப்பதில் சிரமங்கள் உள்ளன.

மக்கள் தொடர்புத் துறையானது களப் பணியாளர்களைக் கிராமங்களுக்கு அனுப்புவதற்கு முன் அக் குறிப்பிட்ட கிராமத் தலைவர்கள், உயர் அதிகாரிகள் ஆகியோர்க்கு முறைப்படி தகவல்களைத் தெரிவித்தல் வேண்டும். மேற்படி வசதிகள் குறித்துத் தெரிவிப்பதுடன் மக்கள் இந் நிகழ்ச்சியில் கலந்து கொள்வதற்கான தகவலைத் தெரிவிக்கும்படியும், தலைவர்களிடமும் அதிகாரிகளிடமும் கேட்டுக் கொள்ள வேண்டும். தண்டோரா போட்டுக் களப் பணியாளர்களின் வருகை குறித்த செய்தியினை அறிவிக்க வேண்டும். அப்போது தான் களப்பணியாளர்கள் நிகழ்ச்சிகளைத் தடையில்லாமல் நடத்தவும், மக்களுக்கு அனைத்துத் தகவல்களையும் சொல்லவும் முடியும். மேலும், மக்கள் தொடர்புத் துறையினர் முன்னறிவிப்பில்லாமல் வருவதால் தமக்குத் தெரியவில்லை என்ற கிராம மக்களின் எண்ணமும் மாறும்.

5. மக்களின் ஆதரவின்மை

மக்கள் தொடர்பு அதிகாரியானவர் அரசினைப் பற்றியே மக்களிடம் எடுத்துக் கூறி, அரசின் சார்பாகச் செயல்படுவதால் மக்கள் இவரை, 'அரசின் ஊதுகுழல்' என்றும், இத்துறையை 'விளம்பரம்', 'பிரசாரம்' என்றும் கருதுகின்றனர். இதனால் மக்கள் தொடர்புத் துறையைச் சேர்ந்த அலுவலர்களாகிய களப் பணியாளர்கள் முதலானோர் திரைப்படம், துண்டுப்பிரசுரங்கள் அல்லது வாய் மூலமாக அரசின் திட்டங்களை அறிவிக்கக் கிராமங்களுக்குச் செல்லும் போது மக்கள் இத்துறையினரை வரவேற்பதில்லை.

இந்நிலையில் மக்கள் தொடர்பு அதிகாரியானவர் மக்களுக்குச் செய்திகளைப் பரப்புவதே தன் கடமை என்பதையும், ஒரு செய்தியானது மக்களாட்சி நாடான

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

இந்தியாவில் உள்ள மக்கள் அனைவருக்கும் போய்ச் சேர வேண்டும் என்பதையும் மனத்தில் கொண்டு, இவரையும் இத்துறையையும் பற்றி மக்கள் கூறும் கருத்துகளை மறந்து செயல்பட வேண்டும். இவையே இப் பிரச்சினைக்குத் தீர்வாக அமைய முடியும். மேலும் மக்களின் ஆதரவையும் பெறமுடியும்.

மக்கள் தொடர்பு அலுவலர் ஒருவர் தமக்குக் கொடுக்கப்பட்ட வினாநிரலின் மூலம், ''அரசின் செய்திகளை விளம்பரத்திற்குரிய யுக்திகளோடு கூறுவதால் தான் இந்நிலை ஏற்படுகிறது. இதனை மாற்றுதல் என்பது முடியாதது''[4] என்று கருத்துத் தெரிவித்தார்.

அரசுத் திட்டங்களை எடுத்துக் கூறும்போது இளைஞர்கள் சிலர் எதிர்ப்புத் தெரிவிப்பதுண்டு. வறுமை, கல்வியறிவின்மை, எதிர்க்கட்சி அரசியல் மனோபாவம், வேலை பெற முடியாத விரக்தி என இதற்குப் பல காரணங்கள் உண்டு.

மக்கள் தொடர்புத் துறையினர் மக்களோடு தொடர்பு கொள்வதற்கு இவையும் தடைகளே, எனினும் மக்கள் தொடர்புத் துறையினர் பொறுமை காத்து அனைத்து மக்களையும் கவரும் வண்ணம் செய்திகளைத் தந்து மெல்ல மெல்ல அவர்களை ஈர்க்க வேண்டும்.

அரசின் திட்டங்கள் பற்றிய படங்களை ஒரு கிராமத்தில் அலுவலர் காட்ட முற்பட்டால், 'இவன் பொய்யைத்தான் சொல்வான்' என்ற எண்ணம் சில கிராம மக்களிடையே உள்ளது. அல்லது எதிர்க்கட்சியினரின் புறக்கணிப்பும் மறுப்பும் ஏற்படக்கூடும். இவ்வாறு பல்வேறு தடைகள் ஏற்படுவதற்குக் கீழ்க்காணும் இரண்டு காரணங்கள் அடிப்படையானவை.

1. கல்வியறிவின்மை

2. அரசியல்கட்சி மோகம்

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

இந்தப் பிரச்சினைகள் தீர்வதற்கு மக்கள் தொடர்பு அலுவலர் ஒரே நாளில் வழி காண முடியாது. படிப்படியான பொறுமையான நட்புணர்வுடன் கூடிய அணுகு முறையினால் தான் மக்கள் உள்ளத்தைத் தம்பால் திருப்ப முடியும்.

6. மனநிலை பாதிப்பு

அதிகாரிகள் என்ற அளவில் பார்க்கும்போது மக்கள் தொடர்புத் துறையிலுள்ள அதிகாரிகளுக்கு அரசியல், ஒத்துழையாமை என்ற இரு விதங்களில் பிரச்சினைகள் ஏற்படுகின்றன.

மக்கள் தொடர்புத் துறையிலுள்ள அதிகாரிகள் தனிப்பட்ட முறையில் தாம் எக்கட்சியினராயினும் அதை வெளிக்காட்டிக் கொள்ளாமல் அரசின் கொள்கை-களை மக்களிடையே பரப்புகிறார்கள். ஆனால், இவற்-றைக் கேட்கும், பார்க்கும் மக்களிடையே தான் 'அரசியல் உணர்வு' ஏற்படுகிறது சில சமயங்களில் இதுவே பெரி-தாகி விடவும் கூடும். மக்களிடையே இவ்வுணர்வு தோன்றி விட்டால் அது, மக்கள் தொடர்பு அதிகாரிகள் மேலும் தங்களது செயல்களைச் செய்வதற்குத் தடையாக உள்ளது. மக்களிடையே இவ்வுணர்வு தோன்றாதவாறு துறையிலுள்ள அலுவலர்கள் செயல்பட வேண்டிய-தாகிறது.

அதே போல் கருத்துகளை எடுத்துக்கூறும்போது, கிராம மக்கள் தங்களுக்குப் பிடிக்காத கருத்துகள் மற்றும் தங்களால் நடைமுறைப்படுத்த முடியாத திட்டங்-கள் பற்றிக் கூறிவிட்டால் மக்களிடையே அதிருப்தி நிலவுகிறது. இதனால், மக்கள் தொடர்பு அதிகாரியான-வர் கிராம மக்களின் மனவுணர்வு மற்றும் தேவைகளைப் புரிந்து கொண்டு செயல்பட வேண்டும். இதுவே இப்-பிரச்சினைக்குரிய தீர்வாக அமைகிறது.

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

7 கருத்து வெளிப்பாடின்மை

மக்கள் தொடர்பானது அரசின் திட்டங்களையும் கொள்கைகளையும் அறிவித்தபின் உத்தங்குடி கிராம மக்களில் 18.97 விழுக்காட்டளவினர் இது பற்றிப் பிறரிடம் விவாதிக்கின்றனர். இதில் 3 45 விழுக்காட்டளவினர் பெண்கள். 75.86 விழுக்காட்டளவினர் பிறரிடம் விவாதிப்பதில்லை. 5 17 விழுக்காட்டளவினர் இது பற்றிய கருத்தினைக் கூறவில்லை.

''நீங்கள் மக்கள் தொடர்பின் மூலம் அறிந்த கருத்துகளைப் பற்றி பிறரிடம் விவாதித்திருக்கிறீர்களா? விவாதித்திருக்கிறீர்கள் எனில் என்ன காரணம்?'' என்று வினாநிரலின் மூலம் கேட்ட கேள்விக்கு, ''பிறரிடம் விவாதித்திருக்கிறேன்; ஏனெனில் அரசின் திட்டங்களைப் பற்றிப் பிறரின் கருத்துகளை அறிந்து கொள்வதற்காகவும், அறிந்தபின் என்னுடைய கருத்துக்களை சரிபார்த்து கொள்வதற்காகவும் விவாதித்திருக்கிறேன்''[5] என்று ஒருவர் கருத்துத் தெரிவித்திருந்தார்.

இவ்வுணர்வு அனைத்து மக்களிடமும் இருக்க வேண்டும். விவாதிப்பவர்கள் மிகவும் குறைவாகவே (18.97 விழுக்காட்டளவினர்) உள்ளனர் எனவே, மக்கள் தொடர்புத் துறையானது 'பிறரிடம் விவாதித்தல்' என்ற இதனை முக்கியமாகக் கருத வேண்டும். மக்களிடையே இவ்வுணர்வு தோன்ற இக்கிராமத்தில் தகவல் சேவை நிலையம் என ஒன்றை ஏற்படுத்த வேண்டும். முக்கியத் தகவல்களை மக்களிடையே பரப்ப ஓரளவு கற்றவர்களை நியமிக்க வேண்டும். மற்றும் கிராமத்து அதிகாரிகள் போன்றவர்கள் மூலம் மக்களிடையே கருத்துக்களைப் பரப்புதல் வேண்டும். இந்நிலையத்தில் தட்டிகளில் அறிவிப்புப் பலகை, கருத்துப்படம் போன்றவற்றை அமைத்து அரசு பற்றிய தகவல்களை மக்களுக்குத் தெரிவிக்க வேண்டும். விடுமுறை நாட்களில் அல்லது அனைத்து மக்களுக்கும் பொருந்தி வருகின்ற நாட்களில்

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

பட்டிமன்றம், விவாத மன்றம் போன்ற நிகழ்ச்சிகளைத் தகவல் நிலையத்தில் அமைக்க வேண்டும். பெண்களும் இந்நிகழ்ச்சிகளில் பங்கேற்கும்படிச் செய்யவேண்டும். இத் தீர்வினாலேயே மக்கள் ஒருவரையொருவர் கலந்து பேசுவதால் புதிய எண்ணங்கள், புதிய கருத்துக்கள் ஏற்படும். மக்களுக்கிடையே தொடர்பியலும் நன்கு வளர்ச்சி பெறும். மக்களுக்கும் அரசுக்கும் இடையே சுமுகமான உறவும் ஏற்பட அதிக வாய்ப்பு ஏற்படும்.

மக்கள் தொடர்பு அலுவலர்களைப் பொறுத்தவரை செயல்பட இயலாமை, கருத்துத் தெரிவிக்க இயலாமை எனும் பிரச்சினைகளுக்குத் தீர்வு காணும் வாய்ப்பு மிக மிக அரிது எனலாம்.

உத்தங்குடியினருக்கு ஏற்படும் பிரச்சினைகள்

உத்தங்குடி கிராமத்தைச் சேர்ந்த மக்கள் அரசின் திட்டங்களையும், கொள்கைகளையும், சாதனைகளையும், கருத்துகளையும் தமிழரசு, திரைப்படம், துண்டுப் பிரசுரங்கள், வாய்மொழிப் பிரச்சாரம், பத்திரிகை, வானொலி, தொலைக்காட்சி மற்றும் பிறர் மூலம் அறிகின்றனர். மேலும், கிராமத்திற்கு மக்கள் தொடர்பு அலுவலர்களுடைய நேரடி வருகையின் போதும் அறிகின்றனர்.

இவ்வாறு அரசின் திட்டங்கள் முதலானவற்றை அறிய முற்படும் போது இக்கிராம மக்களுக்கு,

1. மக்கள் தொடர்பு அதிகாரியின் வருகைக் குறைவு
2. முன்னறிவிப்பின்மை
3. மறுமொழி கிடைக்காமை
4. மனுத் தொடர்பில் சிக்கல்
5. மக்களின் நம்பிக்கையின்மை
6 மக்களின் ஈடுபாடின்மை
7 பழக்கமின்மை

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

8. தொடர்பின்மை
9. மொழிப்பிரச்சினை
10 செய்திச்சுருள்களில் கருத்துச் செறிவின்மை

என்ற வகைகளில் பிரச்சினைகள் ஏற்படுகின்றன.

1. மக்கள் தொடர்பு அதிகாரியின் வருகைக்குறைவு

மக்கள் தொடர்பு அதிகாரியானவர் தமது களப்பணியாளர்களைக் கிராமங்களுக்கு அனுப்பி அரசின் திட்டங்கள் முதலானவற்றைத் துண்டுப் பிரசுரங்கள் போன்றவற்றின் மூலம் பரப்பச் செய்கிறார். எனினும், மக்கள் தொடர்பு அதிகாரி ஆய்விற்குட்பட்ட உத்தங்குடி கிராமத்திற்கு வருகை தருவதைப் பற்றிய கருத்தினைக் கேட்டபோது, மக்கள் தொடர்பு அதிகாரி கிராமத்திற்கு வருவதே இல்லை என்று கூறும் விழுக்காட்டளவினரே அதிகம் உள்ளனர் என்று அறிய முடிகிறது இந்நிலை நீக்கப்படுதல் வேண்டும். களப்பணியாளர்கள் கிராமங்களுக்குச் சென்று அரசின் திட்டங்களைப் பற்றி எடுத்துக் கூறினாலும் மக்கள் தொடர்பு அதிகாரியும் கிராமங்களுக்கு அடிக்கடி சென்று வரவேண்டும். அப்போது தான் மக்களிடையே மக்கள் தொடர்பு பற்றிய நல்லெண்ணங்கள் உண்டாகும். அரசின் திட்டங்களும் வெற்றி அடைய வாய்ப்பு ஏற்படும்.

2. முன்னறிவிப்பின்மை

மக்கள் தொடர்புத் துறை ஆய்விற்குட்பட்ட உத்தங்குடி கிராமத்தில் செயல்படுவதில் ஏதேனும் மாற்றம் செய்யவேண்டியுள்ளதா என இக் கிராம மக்களிடம் கருத்துக் கேட்டபோது 59.48 விழுக்காட்டளவினர் இத்துறை செயல்படுவதில் மாற்றம் வேண்டும் என்று கருத்துத் தெரிவித்துள்ளனர்.

மக்கள் தொடர்பு அதிகாரி கிராமத்திற்கு அடிக்கடி வரவேண்டும் என்றும் இவ்வதிகாரி வருவது தெரியாததால் சந்திக்க இயலாமல் போகிறது என்றும் இவருடைய

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

வருகை குறித்த முறையான முன்னறிவிப்பு கொடுக்கப்பட வேண்டும் என்றும் இக் கிராம மக்கள் விருப்புகின்றனர்.

மக்கள் தொடர்பு அதிகாரி தம்முடைய வருகையைப் பற்றி. அவர் செல்லவிருக்கும் கிராமத்துப் பஞ்சாயத்துத் தலைவர்கள், அதிகாரிகள் ஆகியோருக்குக் முறையான அறிவிப்பினைத் தந்துவிட வேண்டும். அல்லது செய்தித் தாளில் 5 நாட்கள் முன்னதாகச் 'செய்தி அறிவிப்பாக' அறிவித்துவிட வேண்டும். அப்போதுதான் இக் கிராம மக்கள் தங்களுடைய பிரச்சினைகள், தேவைகள் ஆகியவற்றையும் அரசின் திட்டம் பற்றிய குறிப்பு ஏதேனும் கேட்க வேண்டியிருப்பின் அதனையும் குறித்து வைத்துக் கொள்ள ஏதுவாக இருக்கும். கிராமத்திற்கு மக்கள் தொடர்பு அதிகாரி செல்லும்போது கிராமத்தின் உயர் அதிகாரிகளைச் சந்திப்பதுடன் மக்களையும் நேரில் சந்திக்க வேண்டும். அவர்களைப் பற்றிய விவரங்களைச் சேகரிக்க வேண்டும். இதன் மூலம் தான் கிராமத்தின் உண்மையான நிலை தெரியவரும். மக்களின் இப் பிரச்சினை இதன் மூலமே தீர்வு அடைய முடியும்.

3. மறுமொழி கிடைக்காமை

உத்தங்குடியிலுள்ள மக்கள், அரசின் திட்டங்களை மக்கள் தொடர்புத் துறையின் மூலம் அறிந்தபின் இவற்றைப் பற்றிய மேல் விவரங்களைப் பெறுவதற்காகவும் தங்களது ஐயங்களை நீக்கிக் கொள்வதற்காகவும் மதுரை மாவட்ட மக்கள் தொடர்புத் துறைக்குக் கடிதம் எழுதுகின்றனர். இவ்வாறு கடிதம் மூலம் தொடர்பு கொள்வதில் இக்கிராம மக்களுக்குப் பிரச்சினைகள் ஏற்படுகின்றன.

முதலாவதாக, மக்கள் தொடர்பு அலுவலகத்தின் முகவரி இக் கிராம மக்களுக்குத் தெரியவில்லை; இரண்டாவதாக, அப்படியே முகவரியைத் தெரிந்து கொண்டு கடிதம் எழுதினாலும் (6.03 விழுக்காட்டளவினர் கடிதம் எழுதுகின்றனர்) அக்கடிதத்திற்குரிய பதில்கள் மக்கள்

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

தொடர்புத் துறை அலுவலகத்திலிருந்து கிடைப்பதில்லை. இவையே இக்கிராம மக்களின் மனக்குறை.

6.03 விழுக்காட்டளவினர் கடிதம் எழுதியும் இத் துறையிடமிருந்து உரிய பதில்கள் கிடைக்காத காரணத்தால், 93.97 விழுக்காட்டளவினர் மக்கள் தொடர்பு அலுவலகத்திற்குக் கடிதம் எழுதுவதில்லை என்று சிலர் கருத்துத் தெரிவித்துள்ளனர்.

மக்களுடைய இப்பிரச்சினை தீரவேண்டுமெனில், மக்கள் தொடர்பு அலுவலர்கள் கிராமங்களுக்குச் சென்று மக்களைச் சந்தித்தல் வேண்டும். இது மட்டும் போதாது; மக்களுக்கு அரசின் திட்டங்களையும் கொள்கைகளையும் தெரிவித்தவுடன் தம் அலுவலகத்தின் முகவரியை மக்களுக்குத் தெளிவாகத் தெரிவிக்கவேண்டும். கடிதங்களை மக்களிடமிருந்து பெற்றால் அக்கடிதத்தில் குறிப்பிட்டுள்ள அல்லது கேட்டுள்ள விவரங்களை எழுதி மக்களுக்கு அனுப்புதல் வேண்டும். இவ்வாறு செய்வதால் மக்கள் அரசைச் சரியாகப் புரிந்து கொள்வார்கள். அரசைப் பற்றிய நல்லெண்ணமும் மக்களுக்கு ஏற்படும்.

4 மனுத் தொடர்பில் சிக்கல்

தமிழக அரசானது முதியோர் உதவித்தொகை, பெண்களுக்கான நிதி உதவித்தொகை, இலவசத் திட்டம், கடன் வசதித் திட்டம், நல்வாழ்வுத் திட்டம், பிற்படுத்தப் பட்டோர் நலத்திட்டம் எனப் பல திட்டங்களை மக்கள் தொடர்புத்துறையின் மூலம் அறிவிக்கிறது. இதனைக் கேள்விப்படும் மக்கள் இவற்றிற்கான மனுவை நிரப்பி இத்திட்டங்களின் மூலம் பயன் பெற விரும்புகின்றனர்.

மனுவைப் பூர்த்தி செய்து முடித்தபின்பு கிராம நிர்வாக அதிகாரி முதலான அதிகாரிகளிடம் கையெழுத்து வாங்க வேண்டியுள்ளது. அதிகாரிகளிடம் கையெழுத்து வாங்குவதற்குள் கிராம மக்கள் சலிப்பும் கஷ்டமும் அடைந்து விடுகின்றனர். இதனால் இம் மக்கள் மனுவைப்

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

போடும் செயலைப் பாதியிலேயே விட்டுவிடுகின்றனர் இதனால் அரசின் திட்டங்கள் மக்களால் பயன்படுத்தப் பெறாமலேயே போகின்றன.

இந்நிலை நீங்க வேண்டுமெனில் கிராம நிர்வாக அதிகாரி முதலான அதிகாரிகள் பரிவுடன் கிராம மக்களைக் கவனிக்க வேண்டும். அவர்களுடைய மனுவைக் கவனித்து அவர்களுக்கு உதவிட வேண்டும். அப்போது தான அரசின் திட்டங்களைக் கிராம மக்கள் பெற்றுப்பயனடைய முடியும். அரசின் திட்டங்களும் வெற்றி அடையும். இவ்வாறு அதிகாரிகள் கிராம மக்களுக்கு உதவுவதன் மூலமே இப்பிரச்சினை தீர வாய்ப்புண்டு.

5. மக்களின் நம்பிக்கையின்மை

கிராமப் பகுதிகளில் மக்கள் தொடர்பு கொள்ளும் போது சில விசேடப் பிரச்சினைகள் ஏற்படுவதுண்டு. அரசின் திட்ட உதவிகள் கிடைக்காமை, தங்கள் கிராமத்திற்குச் சரியான போக்குவரத்து ஏற்பாடுகள் அரசினால் செய்யப்படாமை, பலமுறை கேட்டும் கிடைக்காத குடிதண்ணீர்ப் பிரச்சினை ஆகியவை அவற்றுள் சில.

எதிர்க்கட்சி அரசியல் காரணமாகப் பிரச்சினையை எழுப்புகிறவர்களும், உள்ள பிரச்சினையைப் பெரிதுபடுத்துவர்களும் உண்டு. பொதுவாகக் கிராம மக்கள், மக்கள் தொடர்பு அலுவலர் அரசாங்கப் பிரதிநிதி ஆதலால் 'அவர் எல்லாம் செய்ய வல்லவர்' என்று தாமாகக் கருதுவதனால் அவர்கள் கூறும் பிரச்சினைகள் உடனே தீர்க்கப்படவேண்டும் என்று எண்ணுகிறார்கள்.

கோப்புகள் அரசாங்கத்திற்குச் சென்று முறைப்படியான அங்கீகாரம் பெற்றுத் திரும்பி வருகின்ற கால தாமதத்தினால் மக்கள் நம்பிக்கை இழந்து பேசுகிறார்கள்.

மக்களின் இப்பிரச்சினை தீர்க்கப்பட வேண்டுமெனில், மக்கள் தொடர்பு அதிகாரி கிராம மக்களைப் பற்றிய

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

கட்டுரைகள் தயாரிக்க வேண்டும். அக்கட்டுரையில் ஒவ்வொரு கிராமத்து மக்களின் மேற்கண்ட பிரச்சினைகளைக் குறிப்பிட வேண்டும். மதுரை மாவட்ட ஆட்சித் தலைவரின் பார்வைக்கு இக் கட்டுரையை அளிக்க வேண்டும். இவற்றின் மூலமே மக்களின் இப் பிரச்சினை தீர்க்கப்படும் எனலாம். இதனால் அரசுக்கும், மக்களுக்கும், மக்களுக்கும் மக்கள் தொடர்பு அதிகாரிக்கும் இடையில் நல்லுறவு உண்டாக வாய்ப்புண்டு.

6. மக்களின் ஈடுபாடின்மை

மக்கள் தொடர்புத் துறை அரசின் திட்டங்களைக் கிராம மக்களுக்கு எடுத்துக் கூறியபின் உத்தங்குடி கிராம மக்களில் நடைமுறைப்படுத்தியவர்கள் 12.07 விழுக்காட்டளவினரே, நடைமுறைப்படுத்தாதவர்கள் 87.07 விழுக்காட்டளவினர் 0.86 விழுக்காட்டளவினர் இது பற்றிய கருத்தினைத் தெரிவிக்கவில்லை.

இம் மக்களிடம் நடைமுறைப்படுத்தாதற்கான காரணம் பற்றிக் கேட்ட போது 68.97 விழுக்காட்டளவினர் விருப்பமில்லை எனவும் 10.34 விழுக்காட்டளவினர் காரணம் சொல்லத் தெரியவில்லை எனவும் 8.62 விழுக்காட்டளவினர் நடைமுறைப்படுத்த நேரமில்லை எனவும் கருத்துத் தெரிவித்துள்ளனர்.

இந்நிலை மிகவும் வியப்பிற்குரியது. ஏனெனில், திரைப்படத்தை விரும்பிப் பார்ப்பவர்கள் 42.24 விழுக்காட்டளவினராயினும் நடைமுறைப்படுத்தியவர்கள் 12.07 விழுக்காட்டளவினரே.

68.97 விழுக்காட்டளவினர் விருப்பமில்லை எனக் கருத்துத் தெரிவித்துள்ளனர். அவர்களுக்கு எதில் விருப்பமில்லை எனத் தெளிவாகக் குறிப்பிடவில்லை. மக்கள் தொடர்புத் துறையானது அரசின் திட்டங்களை அறிவித்தால் மட்டும் போதாது; மக்கள் அவற்றை வாங்கிக் கொண்டார்களா, ஏற்றுக் கொண்டார்களா,

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

நடைமுறைப்படுத்த விரும்புகிறார்களா, அவ்வாறு இருப்பின் இதற்கான அவர்களுடைய தேவை என்ன, மக்களுக்கு இன்னும் விளக்க வேண்டுமா என்ற விவரங்களைச் சேகரிக்க வேண்டும். மக்கள் ஒவ்வொருவரையும் தனித்தனியாகச் சந்தித்து அவர்களிடம் மேற்கண்ட விவரங்களைச் சேகரிக்க வேண்டும். இவ்வாறு தயாரிக்கப்பட்ட அறிக்கையின் மூலமே இப் பிரச்சினை தீர வாய்ப்புண்டு. மேலும் அப்போது தான் மக்கள் தொடர்புத் துறையின் 'தொடர்பியல் செயல்' முழுப் பயனை அடையும்.

7. பழக்கமின்மை

ஆய்விற்குட்பட்ட கிராம மக்கள் தினத்தந்தி, மாலை முரசு, தினகரன் என்னும் நாளிதழ்களை விரும்பிப் படிக்கிறார்கள். அரசியல், திரைப்படம், கொலை, கொள்ளை, விபத்து, வேலை நிறுத்தம் முதலான செய்திகளை ஆர்வத்துடன் படிக்கின்றனர். அவர்களுடைய குறைவான படிப்பறிவு இத் தாள்களைப் படிப்பதற்குப் போதுமானதாகவும், அவர்களின் சமுதாய நிலை அச் செய்திகளோடு திருப்தி அடைவதாகவும் இருக்கிறது. இதனால், தமிழரசு பத்திரிகையையும், அரசின் சாதனை விளக்க வெளியீடுகளையும், கையேடுகளையும் அவர்கள் ஆர்வத்துடன் படிப்பதில்லை மக்களைத் தமிழரசு முதலான வெளியீடுகள் முழுமையாகச் சென்றடையவில்லை என்று கூறலாம்.

இந்நிலையினால் இத்தகைய வெளியீடுகளை நிறுத்தி விடவும் முடியாது. இப்பிரச்சினை தீர வேண்டுமெனில் மக்கள் தொடர்புத் துறையானது உத்தங்குடி கிராமத்து அதிகாரிகளையும், ஓரளவு கற்றவர்களையும் அழைத்து அரசின் இத்தகைய வெளியீடுகளைப் பற்றிய விவரங்களைச் சேகரிக்க வேண்டும். பின்பு அவர்களுடைய குடும்பத்திலும் தகவல் சேவை நிலையத்திலும் இத்தகைய வெளியீடுகளைப் பற்றிய கருத்துப் பரிமாற்றத்திற்கு வழி வகுக்க வேண்டும். இவற்றுடன் கல்வியறிவு குறைந்த மக்களிடம் சென்று வெளியீடுகள் மீது கருத்தைச்

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

செலுத்துமாறு செய்ய வேண்டும் வெளியீடுகளின் விவரங்கள், வெளியீடுகளில் இடம் பெறும் விவரங்கள். அவற்றைப் படிப்பதால் ஏற்படும் நன்மை போன்றவற்றைப் பற்றி மீண்டும் மீண்டும் எடுத்துச்கூறவேண்டும். தமிழரசு முதலான வெளியீடுகளைக் கிராம மக்கள் தினமும் புரட்டிப் பார்க்கும் அளவு முதலில் பயிற்றுவிக்க வேண்டும். இவ்வாறு செய்வதன் மூலமே, கிராமப் புறங்களில் தமிழரசு முறைவாகவே சென்றடைகின்றது என்ற பிரச்சினை தீர வாய்ப்புண்டு.

8. தொடர்பின்மை

அரசானது பத்திரிகை, வானொலி, தொலைக்காட்சி, தமிழரசு, திரைப்படம், துண்டுப்பிரசுரம் ஆகியவற்றின் மூலம் மக்கள் தொடர்புத் துறையின் உதவியால் தனது திட்டங்களையும், கொள்கைகளையும் தெரிவிக்கின்றது. இச் சாதனங்களுள் திரைப்படத்தையே கிராம மக்கள் (42.24 விழுக்காட்டளவினர்) அதிகமாக விரும்புகின்றனர்.

மக்கள் தொடர்புத் துறையானது ஆய்விற்குப்பட்ட உத்தங்குடி கிராமத்தில் எவ்வளவு கால இடைவெளியில் திரைப்படங்களைக் காட்டுகிறது என்று கருத்துக் கேட்ட போது 6.90 விழுக்காட்டளவினர் மூன்று மாதத்திற்கொரு முறை காட்டப்படுகிறது என்றும், 54.31 விழுக்காட்டளவினர் வருடத்திற்கு ஒரு முறை காட்டப்படுகிறது என்றும் கருத்துத் தெரிவித்துள்ளனர்.

12.07 விழுக்காட்டளவினர் இக் கிராமத்தில் திரைப்படம் காட்டப்படுவதில்லை என்றும் கருத்துத் தெரிவித்துள்ளனர்.

இந்நிலை நீக்கப்படுதல் வேண்டும். மக்கள்தொடர்புத் துறையானது, திரைப்படம் என்பது மக்களின் ஆர்வத்தைத் தூண்டக் கூடியது; வெகுவாகக் கவரக் கூடியது; வெகுவாகக் கவரக் கூடியது; அதிகமான

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

அளவு செய்திகளையும் தன்னுள் வைத்துக் கொண்டு செயல்படுவது என்ற கருத்துகளை மனததில் கொண்டு கிராமங்களுக்கு அடிக்கடி சென்று திரைப்படங்களைக் காட்டுதல் வேண்டும். இவற்றின் மூலம் பயனுள்ள கருத்துக்களையும் அரசின் திட்டங்கள் முதலானவற்றை-யும் தெரிவித்தல் வேண்டும். இக்கிராமத்தில் அதிக அளவு விழுக்காட்டளவினர் திரைப்படத்தைப் பார்ப்ப-தால் மக்கள் தொடர்புத் துறையானது இக் கிராமத்தில் திரைப்படத்தின் மூலமே அதிக அளவு அரசின் திட்டங்-களைப் பரப்ப முடியும். இதன் மூலம், அரசின் திட்டம் முதலானவை வெற்றி அடைவதால் மக்களின் 'திரைப்-படம் காட்டப்படும் கால இடைவெளி பற்றிய பிரச்சனை தீர வ ய்ப்புண்டு.

9. மொழிப் பிரச்சினை

மக்கள் தொடர்புத் துறையானது அரசின் திட்டங்கள் முதலானவற்றை எடுத்துக் கூறும் போது மொழிப் பிரச்சினை தோன்றுவதில்லை என 51.72 விழுக்காட்டள-வினர் கருத்துத் தெரிவித்துள்ளனர். 31.90 விழுக்காட்டள-வினர் மொழிப் பிரச்சினை ஏற்படுவதாகக் கருத்துத் தெரிவித்துள்ளனர். 16.38 விழுக்காட்டளவினர் இது பற்றிய கருத்தினைத் தெரிவிக்கவில்லை.

மக்கள் தொடர்புத் துறையானது இப் பிரச்சினை-களில் மிகுந்த கவனம் கொள்ளவேண்டும். ஏனெனில், தகவல் தொடர்பானது சீராக நடைபெறவும், மக்களுக்-கும் அரசுக்கும் இடையில் நல்லுறவை ஏற்படுத்துவதற்-கும் மொழியும் அவசியமாகும். மக்களை இத்துறையினர் நேரடியாகச் சந்தித்து இது பற்றிய கருத்தினை அறிந்து கொண்டு செயல்பட்டால் இப் பிரச்சினை தீர வாய்ப்புண்டு எனலாம்

தமிழரசு, திரைப்படம், துண்டுப்பிரசுரம் போன்ற சாதனங்கள் அரசின் திட்டங்களையும், கொள்கைகளை-யும் மீண்டும் மீண்டும் விளக்கிக் கூற வேண்டும் என்று

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

63.80 விழுக்காட்டளவினர் விரும்புகின்றனர். அதிலும் குறிப்பாக 15.51 விழுக்காட்டளவினர் இரண்டு தடவை விளக்கிக் கூற வேண்டும் என்றும் 48.28 விழுக்காட்டளவினர் இரண்டு தடவைக்கு மேல் விளக்கிக் கூற வேண்டும் என்றும் கருத்துத் தெரிவித்துள்ளனர்.

தகவல் தொடர்பு முறையில், தருநர் கூறும் செய்தியானது தகவல் தொடர்பு சாதனத்தின் மூலமாகப் பெறுநரைச் சென்றடையும் போது தடைகள் ஏற்பட வாய்ப்புண்டு. கருத்துகளை மக்களால் புரிந்து கொள்ள முடியவில்லை எனின், கருத்துத் தடை என்றும், கருத்துக்கள் கூறப்படும் மொழியானது பெறுநருக்குப் புரியவில்லை எனின் மொழித் தடை என்றும் கருத்துகளைத் தகவல் தொடர்புச் சாதனமானது சீராகத் தரவில்லை எனின் சாதனத் தடை என்றும் கூறுவர்.

இங்கு, மக்கள் தொடர்புத் துறையானது தமிழரசு முதலான சாதனங்கள் மூலமாக ஒருமுறை சொன்னால் மட்டும் மக்கள் புரிந்து கொள்ள முடிவதில்லை. அல்லது முழுத் தகவல்களையும் பெற முடிவதில்லை. எனவே, இச் சாதனங்கள் மீண்டும் மீண்டும் விளக்கிக் கூறினால் தான் அரசின் திட்டங்களும் கொள்கைகளும் மக்களை முழுமையாகச் சென்றடைகின்றன. இதனைக் கருத்துத் தடை என்று கூறலாம்.

மீண்டும் மீண்டும் விளக்கிக் கூறுவதால் சக்தியும் நேரமுமே செலவாக நேரிடும். ஊசி வழியாக உடலில் செலுத்தப்படும் மருந்து நேரடியாகக் கலந்து விடுவது போல, இம் முறையில் சாதனங்கள் அளிக்கும் செய்திகளை, எவ்விதத் தடையுமின்றி மக்கள் ஏற்றுக் கொள்ளும்படி அறிவிக்க வேண்டும் என்ற மருத்துவ ஊசி மாதிரி[6] யின் படி மக்கள் தொடர்பு அதிகாரி தன்னுடைய சாதனங்களின் மூலம் கருத்துகள் மக்களை உடனடியாகச் சென்றடைந்து அவர்கள் எளிதில் புரிந்து கொள்ளும்படி எடுத்துக் கூறுதல் வேண்டும். இதன் மூலமே இப்பிரச்சினை தீரும் எனலாம்.

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

அரசானது திரைப்படத் துறைச் செய்திகளின் மூலம் திட்டங்களை வெளியிடும் போது மொழிப் பிரச்சினை தோன்ற வாய்ப்பு ஏற்படுவதில்லை. ஏனெனில், வேற்று-மொழியில் செய்திச் சுருள்கள் தயாரிக்கப்பட்டிருந்தாலும் பின்னணியில் அந்தந்த மொழிகளில் விளக்கம் தரப்படுகின்றன. எனினும், 31.90 விழுக்காட்டளவினர் மொழி-யால் பிரச்சினைகள் ஏற்படுவதாகக் கருத்துத் தெரிவித்-துள்ளனர்.

சில செய்திச் சுருள்கள் வெறும் படக் காட்சிகளாக மட்டுமே அதாவது வசனங்கள் எதுவும் இல்லாமல் தயாரிக்கப்படுகின்றன. சில சமயங்களில் இவ்வாறு தயாரிக்கப்படும் செய்திச் சுருள்களில் கூறப்படும் கருத்துகளைக் கிராம மக்கள் புரிந்து கொள்வது கடினமாகவே உள்ளது.

அதேபோல், வேற்று மொழியில் தயாரிக்கப்படும் செய்திச் சுருள் பின்னணியில் தமிழ்மொழியில் விளக்கம் தருவதாக அமைகின்றது. வேற்றுமொழியில் தயாரிக்கப்-பட்ட செய்திமலர் எனின், சில சமயங்களில் அம்மொழி-யின் ஒலியும் பின்னணியில் விளக்கத்திற்காகக் கூறப்படும் ஒலியும் கலந்து விடுகின்றன. இதனால், மக்கள் தமிழ் மொழியில் கூறப்படும் கருத்துகளை அறிய முடியாமல் இச்செய்திச் சுருள்களினால் மக்கள் எவ்விதக் கருத்து-களையும் பெறமுடியாமல் போகின்றது.

சாதாரணமாகத் தடைகளைக் கருத்துத் தடை, மொழித் தடை, சாதனத் தடை எனப் பிரிக்கலாம். செய்திச் சுருளில் இவ்வாறு கூறப்படும் கருத்தானது காண்போர் தெளிவாக அறிய முடியாமல் போவதால் இதனைக் 'கருத்துத்தடை' என்று கூறலாம்.

இப்பிரச்சினையைத் தவிர்க்க வேண்டுமெனில், பின்னணி ஒலியைப் பதிவு செய்பவர் இவ்வகைச் செய்திச் சுருளில் கவனம் செலுத்த வேண்டும். வேற்று மொழியின்

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

ஒலியைக் குறைவாக்கி, விளக்கிக் கூறப்படுகின்ற தமிழ் மொழியின் ஒலியைக் கூட்டி, கருத்துகளை மக்கள் அறிந்து கொள்ளும்படி உதவ வேண்டும். உண்மையான தகவல் தெரிவித்தல் என்பது தருநரின் தகவலைக் பெறுநர் புரிந்து கொள்வதே ஆகும். இந்நிலை இதில் காணப்படவில்லை எனில், இச் செய்திச் சுருளால் மக்களுக்கு எவ்விதப் பயனும் இல்லை:

10. செய்திச் சுருள்களில் கருத்துச் செறிவின்மை

செய்திச் சுருள் தயாரிப்பதிலும் மக்கள் தொடர்புத் துறை ஆழ்ந்த கவனம் செலுத்த வேண்டும். ஏனெனில் 49.13 விழுக்காட்டளவினர் செய்திச் சுருள்களில் மாற்றம் செய்ய வேண்டும் என்றும், 47.41 விழுக்காட்டளவினர் மாற்றம் செய்ய வேண்டியதில்லை என்றும் கருத்துத் தெரிவித்துள்ளனர்.

மாற்றம் வேண்டும் என்று கூறிய மக்கள் மூன்று முக்கியமான மாற்றங்களைக் கூறினர்.

முதலாவதாக, செய்திச் சுருள்களில் காட்டப்படும் செய்திகள் அரசினைப் பற்றிக் கூறுவதாகவே உள்ளன. இரண்டாவதாக, ஏதேனும் தொழிற்சாலை ஒன்றை அமைச்சர் போன்றோர் திறந்து வைக்கிறார்கள் எனில் அவரையே அதிகமாகக் காட்டுகின்றனர். தொழிற்சாலை பற்றிய செய்திகளும் காட்சியமைப்பும் குறைவாக உள்ளன. மூன்றாவதாக, பின்னணியில் கூறப்படும் கருத்துகளுக்கு முக்கியத்துவம் தரப்படுவதில்லை.

இம்மூன்றினால் மக்கள் 'கருத்துகள்' எதையும் பெற முடியாமல் போவதே இதில் பிரச்சினை. கண்ணைக் கவருகின்ற காட்சிகளுடனும் சிறப்பான பின்னணி இசை-யுடனும் செய்திமலரைக் காட்டினால் மட்டும் போதாது; கருத்துகளுக்கு முக்கியத்துவம் தந்து மக்கள் மனத்தில் நன்கு பதியுமாறு செய்ய வேண்டும். துப்பாக்கித் தோட்டாவானது எறிந்தவுடன் விளைவை ஏற்படுத்துவது

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

போல சாதனங்களின் மூலம் தெரிவிக்கப்படும் கருத்தானது மக்களிடையே உடனடி விளைவை ஏற்படுத்துதல் வேண்டும் என்ற 'தோட்டாக் கோட்பாட்டி'[7]ன்படி, மக்கள் தொடர்புத் துறையானது தமிழரசு முதலான சாதனங்களின் மூலம் தெரிவிக்கும் கருத்தானது மக்களிடையே சென்றடைந்து உடனடியான நல்ல விளைவை ஏற்படுத்த வேண்டும்.

உத்தங்குடியினருக்கு ஏற்படும் பிரச்சினைகளுள் அனைத்திற்குமே தீர்வு காண வாய்ப்புண்டு.

ஆய்விற்குட்பட்ட கிராமத்தைப் பொறுத்த வரையிலும், மக்கள் தொர்டர்பின் போது மக்களிடையே ஏற்படும் பிரச்சினைகள் தான் தீராப் பிரச்சினைகளாக நிலைத்திருப்பதில்லை. மக்கள் தொடர்பிற்கென மக்கள் தொடர்பு அலுவலர்கள்தாம் தமக்கேற்படும் பிரச்சினைகளைத் தீர்க்க, பெரும் முயற்சிகள் பல எடுக்க வேண்டியுள்ளது. அப்படி முயற்சி செய்தும் தீர்வு காண முடியாத நிலையினைக் கள ஆய்வின் மூலம் அறிய முடிகின்றது

மக்கள் தொடர்புத் துறை, மக்கள் தொடர்பு அலுவலர்கள், மக்கள் என மூவகையினருக்கும் மக்கள் தொடர்பின்போது உருவாகின்ற பிரச்சினைகளுக்குத் தீர்வுகளாகத் தகவலாளர்கள் எவ்விதக் கருத்துகளையும் தர முன்வரவில்லையாயினும், ஒவ்வொரு பிரச்சினைக்குமான தீர்வு என்றில்லாது அனைத்துப் பிரச்சினைகளுக்கும் பொதுவானதொரு தீர்வாக 'விளைவு அறிக்கை' என்பது அமையலாம் என, சென்னை அரசுத் தலைமை அலுவலகத்தைச் சேர்ந்த மக்கள் தொடர்பு அதிகாரியான ஆ.சுப்பையா என்பவர் பேட்டியின் போது, கருத்துத் தெரிவித்தார்.

விளைவு அறிக்கை

அரசாங்கம் தன் சாதனைகளை மிகுந்த பொருட்செலவில் மக்களிடம் எடுத்துக் கூறுகிறது. அந்தப் பிரச்

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

சாரத்தின் அதாவது தமிழரசு, திரைப்படம், துண்டுப்பிரசுரம், வாய்மொழிப் பிரசாரம், பத்திரிகை, வானொலி, தொலைக்காட்சி என்பவற்றின் மூலம் பரப்பப்படுவதால் பயன் என்ன, மக்களிடம் அது ஏற்படுத்தும் விளைவு என்ன என்ற ஆய்வினை விரிவான அளவில் அது செய்வதில்லை. முறையான விளைவு அறிக்கை தயாரிக்கப் படுமானால் அரசாங்கத்தின் முயற்சிகளுக்கும் பொருட் செலவுகளுக்கும் ஏற்றதாகப் பிரசாரம் அமைந்துள்ளதா என்பதை மதிப்பிட உதவும். அது மட்டுமல்லாமல், செய்தித்துறை அமைச்சர் மற்றும் முதலமைச்சரின்பார்வைக்குப் போனால் மக்கள் தொடர்புத் துறையின் குறைகளும் பிரச்சினைகளும் தீர வாய்ப்பு உண்டாகும்.

மக்கள் தொடர்புத் துறையினர் கிராமப்புறங்களில் மக்கள் தொடர்பை மேற்கொள்ளும் போது தீர்வு காணக் கூடிய மற்றும் தீர்வு காண இயலாத பிரச்சினைகளை மக்கள் தொடர்புத் துறையும் மக்கள் தொடர்பு அலுவலர்களும் கிராம மக்களும் சந்திக்க நேரிடுகின்றது.

மக்கள் தொடர்புத் துறை என்னும்போது, இத் துறைக்கான நிதி ஒதுக்கீடு, வாகன வசதி, நவீன சாதனங்கள் ஆகியவை பற்றாக்குறையாக உள்ளன. மக்கள் தொடர்புத் துறையால் நடத்தப்படும் பொருட்காட்சிக்குக் கிராம மக்களின் ஆதரவு கிடைப்பதில்லை. செய்திச் சுருள்களைக் காணும் போது கிராம மக்கள் தங்களுடைய விருப்பு வெறுப்பை வெளிக்காட்டுகின்றனர். பேருந்து மற்றும் புகைவண்டிகளின் தாமதத்தினால் செய்திமலரைக் குறிப்பிட்ட நேரத்தில் திரையிடமுடியாமல் போகின்றது கிராம மக்கள் தங்களுடைய பழக்கம், பண்பாடு காரணமாகப் பெண்களுக்கான திட்டங்களை அறிவிக்கும் போது நடைமுறைப் பிரச்சினை ஏற்படுகின்றது

இவற்றுள் கிராம மக்களால் ஏற்படும் நடைமுறைப் பிரச்சினைக்குத் தீர்வு காண இயலாத நிலை உள்ளது.

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

மக்கள் தொடர்பு அலுவலர்களைப் பொறுத்தமட்டில், குறைவான அளவு அதிகாரிகளே பணியில் இருக்கின்றனர் ஆட்சி மாறும் போது தங்களுடைய கருத்துகளைச் சுதந்திரமாகக் கூற முடியாத நிலை ஏற்படுகிறது இத்துறை பற்றிய தவறான கருத்தினால் மக்களிடம் எளிதாகத் தொடர்பு கொள்ள முடிவதில்லை. அவ்வாறு அரசின் கருத்துகளை எடுத்துக் கூறினாலும் மக்களிடையே அரசியல் உணர்வுகள் தோன்றுகின்றன. மாவட்ட ஆட்சித் தலைவருக்குக் கீழ் உள்ள அதிகாரியாக இருப்பதால் மக்கள் தொடர்பு அதிகாரி தன்னுடைய கருத்தை எடுத்துக்கூற முடிவதில்லை.

இப்பிரச்சினைகளில் ஆட்சி மாறும் போதும், மாவட்ட ஆட்சித்தலைவரின் கீழ் உள்ள அதிகாரியாக இருக்கும் போதும் ஏற்படும் பிரச்சினைகளுக்குத் தீர்வுகள் காண்பது கடினமே.

கிராமத்திற்கு மக்கள் தொடர்பு அதிகாரிகளின் வருகையானது மிகக் குறைவாக உள்ளது, அதிலும் முன்னறிவிப்பில்லாமல் வருவதுமுண்டு. அரசுத் திட்டத்தின் 'மேல் விவரம்' பெற மக்கள் தொடர்பு அலுவலகத்திற்குக் கடிதம் எழுதியும் மறுமொழி கிடைப்பதில்லை. அரசின் திட்டங்களை அறிந்த மக்கள், விருப்பம் கொண்டு மனுவை நிரப்பி அதிகாரிகளிடம் கையெழுத்து வாங்குவதிலும் பிரச்சினைகள் ஏற்படுகின்றன. கிராமத்தில் குறைவான அளவே திரைப்படம் காட்டப்படுவதால் அரசின் திட்டங்களைக் குறைவாகவே அறிய முடிகிறது. அரசின் திட்டங்களை மீண்டும் மீண்டும் விளக்கிக் கூற வேண்டிய நிலை ஏற்படுகிறது. மக்கள் காண்கின்ற செய்திச் சுருள்களில் குறைவான அளவு செய்திகளே இடம் பெறுகின்றன.

இவ்வாறு மக்களுக்கு ஏற்படும் பிரச்சினைகள் அனைத்தும் தீர்வு காணக்கூடிய எளிய பிரச்சினைகளாகவே உள்ளன.

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

மொத்தத்தில் ஆய்விற்குட்பட்ட கிராமத்தின் மக்கள் தொடர்புப் பிரச்சினைகள் பெரும்பாலானவைக்கும் மேலாக, தீர்வுகாணக்கூடிய பிரச்சினைகளாகவே உள்ளன. தகவலாளிகள் எவருமே தீர்வுகள் குறித்துக் கருத்துத் தெரிவிக்க முன்வரவில்லையாயினும், விளைவு அறிக்கை என்பதனை அனைத்துப் பிரச்சினைகளுக்கும் பொதுவானதொரு தீர்வாகச் சுட்டிக்காட்டிய கருத்தினைப் பெற முடிந்தது.

அடிக்குறிப்புகள் :

1. தொடர்பியல், P.P.P. Resource Material - 10, ப.7.
2. D. S. Mehta - Handbook of Public Relations in India, p.46.
3. ஆ. சுப்பையா, தமிழக அரசு மக்கள் தொடர்பு இயக்ககம், சென்னை.
4. மேற்படி
5. இராசேந்திரன், உத்தங்குடி.
6. Warren K. Agee and others - Introduction to Mass Communications, pp.7-8.
7. Mary B. Cassatta and Molefi K. Asante — Mass communication, Principles and Practices, p.79

உத்தங்குடி கிராமத்தைப் பற்றிய புள்ளி விவரங்கள், ‘அடிப்படைப் புள்ளி விவரக் கையேடு - 1987’ என்னும் கையேட்டிலிருந்து சேகரிக்கப்பட்டன.

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

6. இறுவாய்

''மக்கள் தொடர்புப் பிரச்சினைகளும் தீர்வுகளும்'' என்ற இவ்வாய்வு, மாநில அரசின் மக்கள் தொடர்புத் துறையானது கிராமப் புறத்து மக்களுடன் தொடர்பு கொள்ளும்போது ஏற்படும் பிரச்சினைகள் எவையெவை, அவற்றிற்கான தீர்வுகள் என்னென்ன என்பவற்றைக் கண்டறிவதையே நோக்கமாகக் கொண்டு மேற்கொள்ளப்பட்டது.

மக்கள் தொடர்பானது மேலைநாடுகளில் 15-ஆம் நூற்றாண்டிலேயே தொடங்கப்பட்டு விட்டது. 16-ஆம் நூற்றாண்டில் நல்ல நிலையைப் பெற்று 19-ஆம் நூற்றாண்டில் முழு வளர்ச்சியைப் பெற்றுவிட்டது.

மக்கள் தொடர்பின் அடிச்சொல்லாக 'வாக்ஸ் பாப்புலி - மக்கள் குரல்', 'வாக்ஸ் டெய் - தெய்வத்தின் குரல்' என்ற இரு கருத்துகளே நிலவி வந்தன. 1807 இல் தாமஸ் ஜெஃபர்ஸன் என்பவர் தான் முதன் முதலில் மக்கள் தொடர்பு என்ற சொல்லைப் பயன்படுத்தினார்.

இந்தியாவில் மக்கள் தொடர்பானது 19-ஆம் நூற்றாண்டில்தான் உணரப்பட்டது.

1958 இல் 'இந்திய மக்கள் தொடர்புக் கழகம்' ஏற்படுத்தப்பட்டது. இதற்கெனத் தனி மாநாடுகள் 1968 முதல் நடைபெற்று வருகின்றன. 1990-இல் பெங்களூரில் 13-ஆவது மாநாடு நடந்து முடிந்துள்ளது.

மக்கள் தொடர்பிற்கென்று முறையான கல்வி, நாடு முழுவதற்குமான மக்கள் தொடர்புக் கொள்கை ஆகியவை இன்மையால் இந்தியாவானது மக்கள் தொடர்பில் சிறிது பின்தங்கியே உள்ளது எனலாம்.

மக்கள் தொடர்பு என்பது ஒரு நிறுவனம் தன் கொள்கைகளையும் நடவடிக்கைகளையும் மக்களுக்குத் தெரியப்படுத்துவதுடன் அவற்றைப் பற்றிய மக்களின் கருத்துக்களையும் அறிவதாகும்.

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

மக்கள் தொடர்பு என்பது பல வகை மக்களோடும் தன் கருத்தைப் புலப்படுத்த ஒரு நிறுவனம் மேற்கொள்ளும் முயற்சி என்றும் கூறலாம்.

மக்கள் தொடர்பானது;

1. நிறுவனம் நன்கு செயல்பட உதவுதல்
2. நிறுவனம் பற்றிய மக்களின் தவறான கருத்துகளை நீக்குதல்
3. நிறுவனத்திற்கு அறிவூட்டுதல்
4. நிறுவனத்தின் பெயர் மக்களிடையே நிலைத்திருக்கச் செய்தல்
5. நிறுவனத்தை மதிப்பிடுதல்
6. மக்களுக்கு நினைவுபடுத்துதல்
7. வெளிநாடுகளுடனான உறவை வளர்த்தல்

என்னும் நோக்கங்களை அடிப்படையாகக் கொண்டு செயல்படுகின்றது.

இந்தியாவின் 80 விழுக்காட்டுப் பகுதி கிராமங்களே-கிராமப்புறங்களில் மக்கள் தொடர்பு முறை என்னும்போது மத்திய அரசின் செய்தி - ஒலிபரப்புத் துறை அமைச்சகமும் மாநில அரசின் செய்தி - மக்கள் தொடர்புத் துறையும் அந்தந்த அரசின் திட்டங்களைப் பரப்பி வருகின்றன இதற்காக, மக்கள் தொடர்புத் துறையானது மாநில அரசின் திட்டங்கள், கொள்கைகள், சாதனைகள். கருத்துகள் ஆகியவற்றை அறிவிக்கத் தமிழரசு, திரைப்படம், துண்டுப்பிரசுரம், வாய்மொழிப்பிரசாரம், பத்திரிகை, வானொலி, தொலைக்காட்சி ஆகிய சாதனங்களைப் பயன்படுத்துகிறது.

தமிழரசானது 1970 முதல் தமிழிலும் ஆங்கிலத்திலுமாக வெளி வருகிறது. இவ்விதழைப் படிக்கின்றவர் மிகக் குறவே. இந்நிலை மாறுதல் வேண்டும்.

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

செய்திச் சுருள்கள் எனப்படும் திரைப்படமானது ஆய்விற்குபட்ட உத்தங்குடியில் நல்ல வரவேற்பினைப் பெற்றுள்ளது.

கண்காட்சிகள், பொருட்காட்சிகள் ஆகியவற்றைக் கிராமங்களில் அதிக அளவில் மக்கள் தொடர்புத் துறை நடத்த வேண்டும்.

துண்டுப்பிரசுரங்களும் கையேடுகளும் இக்கிராம மக்களிடையே நல்ல வரவேற்பைப் பெற்றுள்ளன.

வாய்மொழிப் பிரசாரம் மூலம் அரசின் திட்டங்களைக் குறைவான அளவு மக்களே அறிந்து கொள்கின்றனர்.

பத்திரிகை என எடுத்துக் கொண்டோமானால், தினமலர், தினத்தந்தி, மாலை முரசு ஆகிய பத்திரிகைகள் ஆய்விற்குட்பட்ட கிராம மக்களால் எழுத்துக் கூட்டியேனும் படிக்கப்படுகின்றன இவற்றின் மூலம் மக்கள் தொடர்புத் துறையால் பரப்பப்படும் அரசின் திட்டங்களை அனுபவிப்பவர்கள் மிகக் குறைந்த விழுக்காட்டளவினரே.

வானொலி, தொலைக்காட்சி ஆகியவை வேளாண்மை, கல்வி போன்ற நிகழ்ச்சிகள் மூலம் சிறப்பாகப் பணியாற்றி வருகின்றன. இவற்றின் மூலம் மக்கள் தொடர்புத் துறையால் அறிவிக்கப்படும் அரசின் திட்டங்கள் முதலானவை மிகக் குறைவே.

நாட்டுப்புறப்பாடல்கள், நாடகம், நடனம், கலந்துரையாடல், பேச்சு எனும் மக்கள் தொடர்புச் சாதனவடிவங்களுள் இக்கிராம மக்கள் கலந்துரையாடல் வடிவத்தையே அதிகம் விரும்புகின்றனர்.

களப்பணியாளர்கள் கிராமத்திற்குச் சென்றாலும் ம்க்கள் தொடர்பு அதிகாரியின் கிராமத்திற்கான வருகை என்பது மிகக் குறைவாகவே உள்ளது

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

அரசின் திட்டங்களை அறிவிக்கக் கண்காட்சிகள், பொருட்காட்சிகள் ஆகியவற்றை அமைக்க மக்கள் தொடர்புத் துறைக்கு அரசானது நிதியை ஒதுக்குகிறது. இந் நிதி ஒதுக்கீடு போதுமானதாக இல்லை.

அரசானது இதனைப் பற்றி ஆய்ந்து போதிய அளவு நிதி ஒதுக்கீடு செய்ய முன்வர வேண்டும்.

மாவட்ட மக்கள் தொடர்புத் துறையானது கிராமப்புறங்களில் மக்கள் தொடர்பை மேற்கொள்ள குறைவான அளவு வாகன வசதியே உள்ளது. இதனால் மக்கள் தொடர்பை விரைவாக மேற்கொள்ள முடிவதில்லை.

மாவட்ட மக்கள் தொடர்புத் துறைக்குக் கூடுதலான வாகனங்களை அரசு வழங்க வேண்டும்.

அறிவியலானது மிக வேகமாக வளர்ந்துவிட்ட இக் காலகட்டத்தில் நவீன சாதனங்கள் மக்கள் தொடர்புத் துறையில் குறைவாகவே உள்ளன.

அரசானது நவீன சாதனங்களை மக்கள் தொடர்புத் துறையில் அமைத்து இத்துறை சிறப்பான முறையில் செயல்பட உதவ வேண்டும்.

அரசின் திட்டங்களைத் தமிழரசு முதலான சாதனங்களின் மூலம் தெரிவிப்பதில் வாய்மொழிப் பிரசாரம் மற்றும் பொருட்காட்சியில் தான் அதிக அளவுப் பிரச்சினைகள் தோன்றுகின்றன. காரணம் இக்கிராம மக்களின் தேவையையும் விருப்பத்தையும் இத்துறை அறிந்து கொள்ளாததே.

மக்கள் தொடர்புத்துறை, கிராம மக்களின் தேவை மற்றும் விருப்பத்தை அறிந்து கொண்ட பின்பே கிராமத்தில் மக்கள் தொடர்பை மேற்கொள்ள முயல வேண்டும்.

செய்திமலர்களைக் காணும்போது கிராம மக்களுக்கு அரசியல் உணர்வு தோன்றுகிறது. இவ்வுணர்வு

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

மக்களிடையே தோன்றாதவாறு செய்தி மலர்களைத் தயாரிப்பது கடினமே. இருப்பினும் இங்கு மக்களே முதன்மையானவர்கள். இதனால் மக்களிடம் இவ்வுணர்வு தோன்றாதவாறு செய்திமலர்களைத் தயாரிக்க வேண்டும்.

சில சமயங்களில் காண்போரின் விருப்பு வெறுப்பு காரணமாகத் திரையரங்க உரிமையாளர்கள் திரையரங்குகளில் செய்திச் சுருள்களைக் காட்டுவதில்லை. இதனால் சிறுசிறு பிரச்சினைகள் ஏற்படுவதுண்டு.

மக்கள் தொடர்பு அதிகாரி திரையரங்க உரிமையாளரிடமும் காண்போரிடமும் நிதானமாகப் பேசியே இப்பிரச்சினைக்குத் தீர்வு காண வேண்டியுள்ளது.

பேருந்து மற்றும் புகைவண்டிகளின் தாமதத்தினால் செய்திச் சுருள்களை உரிய காலத்தில் திரையிட முடியாமல் போவதால் ஏற்படும் பிரச்சினைகள் எப்போதேனும் ஒரு முறையே நிகழ்வதால் இப்பிரச்சினை தீர்ப்பதற்கு அரிய பிரச்சினையல்ல.

மக்கள் தொடர்புத் துறையானது அரசின் திட்டங்களைச் செய்திச் சுருள்களின் மூலம் அறிவிக்கும்போது மக்களுக்கு ஆளும் கட்சியினரின் நினைவு ஏற்படுகிறது. மக்கள் தொடர்புத் துறை இப்பிரச்சினையைக் கவனமாகக் கையாள வேண்டும். இயன்ற அளவு ஆளும் கட்சியினரின் புகழ்பாடுவதாகச் செய்திச் சுருள்கள் அமையாதவாறு பார்த்துக் கொள்ளவேண்டும்.

பெண்களுக்குச் சொத்துரிமை போன்ற பெண்களுக்கான திட்டங்களை கிராமத்தில் அறிவிக்கும் போது மக்களின் பழக்கம் மற்றும் பண்பாடு காரணமாக நடைமுறைப்பிரச்சினைகள் தோன்றுகின்றன. கிராம மக்கள் இத்துறையினரை விரட்டவே ஆரம்பித்து விடுகின்றனர்.

இவ்வெதிர்ப்பையும் புறக்கணிப்பையும் பொருட்படுத்தாமல் மக்கள் தொடர்புத்துறை தன் செயலை மேற்கொள்ள வேண்டும். கிராம மக்களிடம் பக்குவமாக இத்திட்டங்களைப் பற்றிச் சொல்ல வேண்டும்.

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

மாவட்ட மக்கள் தொடர்புத் துறையில் குறைவான அளவு மக்கள் தொடர்பு அதிகாரிகள் இருப்பதால், கிராமத்திற்கான மக்கள் தொடர்பு அதிகாரியின் வருகை என்பது குறைவாகக் காணப்படுகிறது.

அரசானது மாவட்ட மக்கள் தொடர்புத் துறைக்குக் கூடுதலான அதிகாரிகளை நியமிக்க வேண்டும்.

'ஆளும் கட்சி' மாறிக் கொண்டேயிருப்பதால் மக்கள் தொடர்புத் துறையினரால் இயல்பாகச் செயல்பட முடியவில்லை. இப்பிரச்சினைக்குத் தீர்வு காணுதல் என்பது கடினமே.

மாவட்ட ஆட்சித் தலைவரின் கீழ் நிலையில் உள்ள அதிகாரியாக மாவட்ட மக்கள் தொடர்புத் துறை அதிகாரி செயல்படுவதால் தன்னுடைய கருத்தைச் சுதந்திரமாக எடுத்துச் சொல்ல முடியவில்லை.

களப் பணியாளர்கள் கிராமத்திற்குச் செல்லும்போது மின் வசதி முதலானவை சில கிராமங்களில் கிடைப்பதில்லை.

மக்கள் தொடர்புத் துறை களப் பணியாளர்களைக் கிராமங்களுக்கு அனுப்பும் முன், அவர்தம் வசதிகளுக்கான முன்னேற்பாடு செய்து தர வேண்டும்.

அரசின் திட்டங்களையே அறிவித்துக் கொண்டிருப்பதால் இத்துறையை விளம்பரம், பிரசாரம், என்றும் மக்கள் தவறாகக் கருதுகின்றனர்.

அரசின் திட்டங்களை அறிந்து பிறரிடம் விவாதிக்கும் பழக்கமுள்ளவர்கள் மிகக் குறைவு. மக்கள் தொடர்புத் துறை இவ்விஷயத்தில் கவனம் கொள்ளவேண்டும். கிராமங்களை இணைத்துத் தகவல் சேவை நிலையத்தை அமைத்து மக்களின் கருத்துப் பரிமாற்றத்திற்கு வழி வகுக்க வேண்டும். கருத்துப் பரிமாற்றமே 'வளர்ச்சிக்கு' உதவும்.

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

கிராமங்களுக்கு நேரில் செல்ல வேண்டிய மக்கள் தொடர்பு அதிகாரியின் வருகை குறைவாகவே உள்ளது. அப்படியே வருகை புரிந்தாலும் முன்னறிவிப்பு ஏதும் இல்லாமல் செல்வதால் மக்கள் இவரைச் சந்திக்க இயலாமல் போகிறது.

மக்கள் தொடர்பு அதிகாரி கிராமத்திற்கான தனது வருகை குறித்து முன்னரே அறிவிக்க வேண்டும். கிராமத்திற்கு அடிக்கடி செல்ல வேண்டும் இவருடைய நேரடிப் பங்கினாலேயே கிராமம் முன்னேற்றமடைய வாய்ப்பு ஏற்படலாம்.

அரசுத் திட்டங்களை அறிந்த மக்கள் 'மேல் விவரம்' பெற மக்கள் தொடர்புத்துறைக்குக் கடிதம் எழுதுகின்றனர். மக்கள் தொடர்புத்துறையினர் இதனைக் கவனக் குறைவாகக் கொள்ளாமல் அக்கடிதங்களுக்கு மறுமொழி அனுப்ப வேண்டும். மக்கள் தொடர்புத்துறை மற்றும் கிராம மக்களின் இடையேயான உறவானது மேலும் சீராக இது உதவும்.

அரசின் திட்டங்களைப் பயன்படுத்த விரும்பும் மக்கள் அதற்கான மனுவை நிரப்பி, கிராம அதிகாரிகளிடம் கையெழுத்து வாங்குவதில் பிரச்சினை உள்ளது. இதனால் அரசின் திட்டங்களை மக்கள் பயன்படுத்த முடிவதில்லை.

இது தொடர்பான அதிகாரிகள் கிராம மக்களுக்கு உதவி செய்தலே இப்பிரச்சினையின் தீர்வாக அமையும்.

தங்களுடைய விருப்பம் மற்றும் தேவைகள் நிறைவேறாததால், அரசின் புதிய திட்டங்களை அறிவிக்கின்ற போது மக்கள் அவற்றின் மீது நம்பிக்கை கொள்வதில்லை.

மக்கள் தொடர்புத் துறை மக்களின் விருப்பம் மற்றும் தேவையை உணர்ந்து கட்டுரைகள் தயாரித்து மாவட்ட

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

ஆட்சித் தலைவரின் பார்வைக்கு இப்பிரச்சினையைக் காட்டுதல் வேண்டும்.

தமிழரசானது மக்களிடையே குறைவான வரவேற்பையே பெற்றுள்ளது. இதற்குக் காரணம் படிக்கும் பழக்கமின்மையே.

திரைப்படம் இக்கிராமத்தில் நல்ல வரவேற்பை பெற்றுள்ளது. ஆனால் இக்கிராமத்தில் இது குறைவான அளவே காட்டப்படுகிறது.

மக்களுக்கு எளிதில் விளங்குகின்ற, உதவுகின்ற இச்சாதனத்தை மக்கள் தொடர்புத் துறை கவனமாகக் கையாள வேண்டும.

மொழிப்பிரச்சினை குறைவாகக் காணப்படினும், தகவல்களை மீண்டும் மீண்டும் விளக்கிக் கூற வேண்டும் என்று கிராம மக்கள் விரும்புகின்றனர். அதே சமயம் சில செய்திச் சுருள்களின் பின்னணியில் கூறப்படும் தமிழ் மொழியின் ஒலி குறைந்து வேற்றுமொழியின் ஒலி அதிகமாக இருப்பதால் மக்கள், இவற்றிலிருந்து கருத்துகள் எதனையும் உணர முடிவதில்லை.

மொத்தத்தில் மக்கள் தொடர்புப் பிரச்சினைகளை,

1. கிராம மக்களின் குறைவான கல்வியறிவு
2. கிராம மக்களின் அரசியல் கட்சி மோகம்
3. கிராம மக்களின் விருப்பம் மற்றும் தேவை நிறைவேறாமை
4. மக்கள் தொடர்புத் துறைக்கான குறைவான நிதி ஒதுக்கீடு
5. கிராம மக்களின் விருப்பு வெறுப்புகள்

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

6. மக்கள் தொடர்பு அதிகாரி சுதந்திரமாகச் செயல்பட முடியாமை

என்று ஒட்டுமொத்தமாக வகைப்படுத்தி விடலாம்.

மக்கள் தொடர்புத் துறையில் ஏற்படும் பிரச்சினைகளை அரசின் திட்டங்களை அறிவிக்கும் முகமாகச் செயல்படும் மக்கள் தொடர்புத் துறை தான் அனைத்துப் பிரச்சினைகளையும் சமாளிக்க வேண்டும். இப்பிரச்சினைகளை எளிதில் சமாளிக்க,

1. கிராம மக்களின் கருத்துகளடங்கிய கட்டுரைகள் தயாரித்தல்.

2. கிராமங்களுக்கு மக்கள் தொடர்பு அதிகாரி அடிக்கடி செல்லுதல்.

3. அரசுத்திட்டங்களை அறிவதற்காக கிராம மக்களின் கருத்துகளடங்கிய விளைவு அறிக்கையைத் (Reaction Report) தயார் செய்து சமர்ப்பித்தல்.

அன்றைய செய்திகளை அன்றே மக்களுக்குத் தெரிவிக்க வேண்டும் என்பது மக்கள் தொடர்புத்துறையின் கடமையாதலால் மக்கள் தொடர்பில் ஏற்படும் பிரச்சினைகளுக்கு உடனுக்குடன் தீர்வுகள் கண்டு செயல்பட வேண்டும்.

''மக்கள் தொடர்புப் பிரச்சினைகளும் தீர்வுகளும்'' என்ற இவ்வாய்வு, மாநில அரசின் மக்கள் தொடர்புத் துறையானது கிராமப்புறங்களில் தொடர்பு கொள்ளும்போது ஏற்படும் பிரச்சினைகளைப் பற்றியும் தீர்வுகளைப் பற்றியும் கூறுவதால் மக்கள் தொடர்பை மேலும்சிறப்பாக மேற்கொள்ள மக்கள் தொடர்புத் துறைக்கு வழிகாட்டியாக உதவக் கூடும்.

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

துணைநூற் பட்டியல்

குருசாமி, மா பா., - இதழியல் கலை, குரு - தேமொழி, திருச்செந்தூர், 1988.

முத்துக் காளத்தி, மு, - மக்கள் தொடர்புக் கலை, அண்ணம்மாள் பதிப்பகம், சென்னை, 1985.

ராசா, கி., - இதழியல், பார்த்திபன் பதிப்பகம், மதுரை, 1988.

வரதராஜுலு, இரா., (ப.ஆ.) - அடிப்படைப் புள்ளிவிவரக் கையேடு - 1987,

— மதுரை மாவட்டம், மதுரை மாவட்ட ஆட்சித் தலைவர் அலுவலகம், மதுரை. 1987.

விநாயக மூர்த்தி, அ, - விளம்பரக்கலை, பாலமுருகன் பதிப்பகம், 258, பாரதியார் தெரு, ஜெய்ஹிந்த்புரம், மதுரை, 1989.

ஜான் லோப்பஸ் - மக்கள் தொடர்புக் கலை, நர்மதா பதிப்பகம், சென்னை, 1988.

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

Ahuja, B. N., Chhabra, S. S., — **Communications**, Surjeet Publications, New Delhi, 1989.

Arora, R. C., — **Industry and Rural Development** S. Chand & Company Ltd., New Delhi, 1978.

Balan, K. R. — **Public Relations**, Department of Post-Graduate Studies and Research in Journalism, Mysore,'83.

———— — **Lectures on Applied Public Relations**, Sultan Chand & Sons, New Delhi, 1990, Second Edition.

Balasubramanyam, M. — **Business Communications**, Vikas Publishing House Pvt Ltd., New Delhi, 1981, Second Edition.

Banik, G. C., — **A Guide to Public Relations & Journalism**, Progressive writers Combine, Bombay, 1990.

Bernard Rosenblatt, S. and Others, — **Communication in Business**, Prentice - Hall of India Private Limited, New Delhi, 1977.

Cassatta, Mary B., and Asante, Molefi K., **Mass Communicaticn Principles and Practices**, Macmillan Publishing Co., Inc. New York, 1979.

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

பின்னிணைப்புகள்

பின்னிணைப்பு-1

தகவலாளர் பட்டியல்

அரசு (சென்னை) மக்கள் தொடர்புத் துறை

எண்	பெயர்	பதவி
1.	மா. இளந்தேவன்	உதவி இயக்குநர், 'தமிழரசு'
2.	ஆ. சுப்பையா	உதவி இயக்குநர், 'தமிழரசு'
3.	சி. நல்லரசு	துணை இயக்குநர், 'தமிழரசு
4.	அ. பன்னீர்செல்வம்	துணை இயக்குநர், அரசுப் பொருட்காட்சித் துறை

அரசு (மதுரை) மக்கள் தொடர்புத் துறை

எண்	பெயர்	பதவி
1.	மு. இராமச்சந்திரன்	வீடியோ கருவி இயக்குபவர்
2.	ரெ. இராவணன்	மக்கள் தொடர்பு அலுவலர்
3.	தி குருசாமி	திரைப்படக் கருவி இயக்குபவர்
4.	சு. சோமசுந்தரம்	,,
.	பி.டி.ஜெயசீலன்	,,

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

பின்னிணைப்பு - 2

வினா நிரல்கள்

2.1 மக்கள் தொடர்புத் துறைக்குக் கொடுக்கப்பட்ட வினாநிரல்.

பெயர் :

பதவி :

(பதில்களை √ குறியிட்டுத் தெரிவிக்கவும்)

1. மதுரையில் உள்ள அனைத்துக் கிராமப் பகுதிகளிலும் நேரடியாகச் சென்று 'மக்கள் தொடர்பு' கொள்ள முடிகிறதா? : ஆம்/இல்லை

2. இல்லை எனில் இதற்கான காரணங்கள் :

3. தமிழக அரசின் கொள்கைகள், திட்டங்கள், சாதனைகள், கருத்துகள் ஆகியவற்றை எதன் மூலம் அதிகமான அளவு பரப்ப முடிகிறது? : தமிழரசு
   திரைப்படம்
   வாய்மொழிப் பிரசாரம்
   துண்டுப்பிரசுரங்கள்

4. ஏன்? :

5. தமிழரசுப் பத்திரிகையை அதிகமாக விரும்பிப்படிப்பவர்கள் யார்? : இளையோர்
   குடும்பப் பெண்கள்
   வயதானவர்கள்

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

6. எந்த வகையினர் அதிகமாக இப்பத்திரிகையைப் படிக்கின்றனர்? : ஆண்/பெண்

7. அரசுத் திரைப்படத்தை (செய்திமலர் போன்றவை) அதிகமாக விரும்பிப் பார்ப்பவர்கள் யார்? : இளையோர் / குடும்பப் பெண்கள் / வயதானவர்கள்

8. கிராம மக்களிடம் தொடர்பு கொள்ளத்'தமிழரசு'முதலான வற்றைப் பயன்படுத்துகின்றீர்கள் அல்லவா? இவற்றுள் அதிகமான அளவு பிரச்சினைகள் எதில் ஏற்படுகின்றன? :

9. முக்கியமான சில பிரச்சினைகளை மட்டும் குறிப்பிடுங்கள் :

10 தகவல்தருகின்ற வடிவத்தை (நாடகம் போன்ற வடிவங்கள்) மக்கள் புரிந்து கொள்கிறார்களா? : ஆம்/இல்லை

11. மக்கள் எந்த வடிவத்தை அதிகமான அளவு விரும்பு கிறார்கள்? ; கதை / பாடல்கள் / நாடகம் / உரைச்சித்திரம் / செய்தி விமர்சனம்

12. நீங்கள் கூறும் கருத்துகளை மக்கள் தொடர்ந்து கவனிக்கிறார்களா? அல்லது கடனே என அமர்ந்திருக்கிறார்களா? : தொடர்ந்து கவனிக்கிறார்கள் / கடனே என அமர்ந்திருக்கிறார்கள்.

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

13. உங்கள் கருத்துகளுக்கு என்ன வகையான வரவேற்பு இருக்கிறது? : நட்பு முறை
எதிர்ப்பு முறை
அச்சம் (அதிகாரி என்பதால்)

14. அரசுத் திட்டங்களை எடுத்துக் கூறும் போது எதிர்ப்பு ஏற்படுகிறதா? : ஆம்/இல்லை

15. ஆம் எனில், எதிர்ப்பவர்கள் யார்? : இளையோர்
குடும்பப் பெண்கள்
வயதானவர்கள்

16. நீங்கள் கிராமத்திற்குச் சென்று வந்தபின் கிராம மக்கள் எவ-ரேனும் உங்களுக்குக் கடிதம் எழுதியிருக்கிறார்களா? : ஆம்/இல்லை

17. ஆம் எனில் எதற்காக? :

18 நீங்கள் கூறிய கருத்துகளை, திட்டங்களைக் கேட்ட மக்கள் அவற்றை நடைமுறைப்படுத்தி யிருக்கிறார்களா? : ஆம்/இல்லை

19. அரசின் திட்டங்களில் எவ்-வகையான செய்திகளை மக்கள் அறிந்து கொள்ள விரும்புகிறார்கள்? : இலவசத் திட்டம்
கடனுதவித் திட்டம்
குடும்ப நலத் திட்டம்
வளர்ச்சிப் பணிகளுக்-கான திட்டம்

20. அரசுத்திட்டங்களை நீங்கள் எடுத்துக் கூறும் போது மொழிநடைப் பிரச்சினை தோன்றுகிறதா? : ஆம்/இல்லை

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

21. உங்கள் பதவியைப் பொறுத்த அளவில்கிராமப் பகுதிகளில்'மக்கள்தொடர்பு' கொள்ளும் போது ஏற்படும் பிரச்சினைகள் என்னென்ன?
1.
2.
3.

22. மக்கள் தொடர்புத் துறை பற்றிய உங்களுடைய பொதுவான எண்ணங்கள் :
1.
2.
3.

23. மக்கள் தொடர்புத் துறையை அரசின் 'விளம்பரம்' என்றும் 'பிரசாரம்' என்றும் கூறுகிறார்களே, இது பற்றித் தங்களுடைய கருத்து :
1.
2.
3.

24. இத் தொடர்புத்துறை இன்னும் மேம்பட நீவிர் கூறும் யோசனைகள்
1.
2.
3.

25. அரசின் திட்டங்களில் இதுவரை எவையேனும் மக்களால் ஏற்றுக் கொள்ளப்படாதது உண்டா? : ஆம்/இல்லை

26. ஆம் எனில், என்ன காரணங்கள்? :

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

2.2 உத்தங்குடிக் கிராம மக்களுக்குக் கொடுக்கப்பட்ட வினா நிரல்

(பதில்களை √ குறியிட்டுத் தெரிவிக்கவும்)

பெயர்	:
பால்	: ஆண்/பெண்
வயது	: இருபதுக்குள் / நாற்பதுக்குள் / அறுபதுக்குள் / அதற்கு மேற்பட்ட வயது
கல்வி நிலை	: படிக்காதவர்/ஆரம்பக்கல்வி/ உயர்நிலைக் கல்வி / எழுத்துக்கூட்டிப் படிக்கும் அளவு
தொழில்	: விவசாயம்/வாணிகம்/கூலி/வேலை ஏதுமில்லை
மாத வருமானம்	: ரூ 500க்குள்/ரூ. 1,000க்குள்/ரூ.1000க்கு மேல்

1.	நீங்கள், தமிழக அரசின் கொள்கைகளை, திட்டங்களை, கருத்துகளை அதிகமான அளவு எந்த சாதனத்தின் மூலம் பெறுகின்றீர்கள?	: தமிழரசு, திரைப்படம் வாய்மொழிப்பிரசாரம் துண்டுப்பிரசுரங்கள் பிறரின் மூலமாக.
2	மேற்கண்ட சாதனங்களை நீங்கள் பயன்படுத்தும் நோக்கம்	: செய்திகளைத் தெரிந்து கொள்வதற்காக, பொழுது போக்குவதற்காக, செய்திகளை அறிந்து கொண்டு செயல்படுத்த, அரசியல் செய்திகளை மட்டும் தெரிந்து கொள்வதற்காக
3.	மக்கள் தொடர்புத்துறை அலுவலகத்திற்கு நீங்கள் கடிதம் எழுதியதுண்டா?	: ஆம்/இல்லை
4.	ஆம் எனில் என்ன காரணம்?	:

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

5.	நீங்கள் அறிந்த கருத்துகளை அல்லது திட்டங்களை நடைமுறைப்படுத்தியதுண்டா?	: ஆம்/இல்லை
6.	ஆம் எனில் என்னென்ன திட்டங்கள்?	:
7.	இல்லை எனில் ஏன்?	:
8.	மக்கள் தொடர்புத் துறையினர் உங்களிடம் தொடர்பு கொள்ளும்போது தகவலைப் பற்றி நீங்கள் ஏதேனும் குறிப்பு எடுப்பதுண்டா?	: ஆம்/இல்லை
9.	தகவல்களைப் பெற்றபின் எவரிடமாவது விவாதிப்பதுண்டா?	: ஆம்/இல்லை
10.	ஆம் எனில் இதைப் பற்றிக் கூறுக.	:
11.	மக்கள்தொடர்பு அதிகாரி உங்கள் கிராமத்திற்கு எத்தனை முறை வருகிறார்?	: மூன்று மாதங்களுக்கு ஒருமுறை, ஆறு மாதங்களுக்கு ஒருமுறை, வருடத்திற்கு ஒருமுறை
12.	உங்கள் கிராமத்திற்கு மக்கள் தொடர்பு அதிகாரி வரும்போது தவறாமல் சந்திக்கிறீர்களா?	: ஆம்/இல்லை
13.	மக்கள் தொடர்புத்துறை செயல்படுவதில் ஏதேனும் மாற்றம் செய்யவேண்டுமென்று விரும்புகிறீர்களா?	: ஆம்/இல்லை

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

14. ஆம் எனில் என்ன மாற்றங்கள்? :

15. இல்லை எனில் ஏன்? :

16. அரசின் திட்டங்களை, கொள்கைகளை அறிவிக்க தமிழரசு/திரைப்படம்/ வாய்மொழிப்பிரசாரம்/ துண்டுப்பிரசுரங்கள் என்பவை கட்டாயம் தேவை என நினைக்கிறீர்களா? : ஆம்/இல்லை

17. ஆம் எனில் என்ன காரணங்கள்? :

18. இல்லை எனில் என்ன காரணங்கள்?

19. அரசுத்திட்டங்களை நீங்கள் அறிந்துகொள்ள நேரிடுகிறபோது மொழிநடைப்பிரச்சினை தோன்றுகிறதா? : ஆம்/இல்லை

20. அரசின் திட்டங்களில் எந்த வகைச் செய்திகளுக்கு அதிக முக்கியத்துவம் தருகிறீர்கள்? : இலவசத்திட்டம், கடன் வசதித்திட்டம், சிறு தொழில் முதலீட்டுத் திட்டம், வளர்ச்சிச்செய்திகள், அரசின்சாதனைகள்

21. அரசின் திட்டங்களை அறியும்போது ஆளும் கட்சியினரின் நினைவு உங்களுக்குத் தோன்றுகிறதா? : ஆம்/இல்லை

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

22. திரையரங்குகளில் காட்டப்படும் செய்திச் சுருள்களுக்கு ஆதரவு தருகிறீர்களா? : ஆம்/இல்லை

23. 'செய்திச்சுருள்' பற்றியே திட்டத்தில் ஏதேனும் மாற்றம் செய்ய வேண்டுமென்று விரும்புகிறீர்களா? : ஆம்/இல்லை

24. ஆம் எனில் என்ன மாற்றங்கள்? :

25. தமிழரசு போன்ற சாதனங்கள் அரசுக் திட்டங்களை மீண்டும் மீண்டும் விளக்கிக் கூற வேண்டும் என்று விரும்புகிறீர்களா? : ஆம்/இல்லை

26. ஆம் எனில் எத்தனை தடவை? : இரண்டு தடவை
இரண்டு தடவைக்கு மேல்

27. மக்கள் தொடர்புத்துறை அரசின் திட்டங்களை உங்களுக்குத் தெரிவிக்கும் போது என்ன வடிவம் உங்களுக்குப் பிடித்திருக்கிறது? :
கதை
நாடகம்
பாடல்கள்
கலந்துரையாடல்
பேச்சு

28 பொதுவாகத் திரைப்படமோ, செய்திப்படமோ உங்கள் கிராமத்தில் எவ்வளவு கால இடைவெளியில் காட்டப்படுகிறது? : மூன்று மாதங்களுக்கு ஒரு முறை ஆறு மாதங்களுக்கு ஒரு முறை வருடத்திற்கு ஒரு முறை

29. மக்கள் தொடர்புத் துறை பற்றி உங்களுடைய பொதுவான எண்ணங்கள் :
1.
2.
3.

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

பின்னிணைப்பு - 3

மக்கள் தொடர்பு அதிகாரியின் பேட்டி

பெயர் : திரு அ.பன்னீர்செல்வம்(துணை இயக்குநர், செய்தி மற்றும் பொருட்காட்சிப் பிரிவு)

நாள் : 26.12.1990

இடம் : அரசு தலைமைச்செயலகம், சென்னை.

கேள்வி:- அரசின் திட்டங்களைத் திரைப்படமாகத் தயாரித்துக்கொண்டு, ஒரு கிராமத்திற்கு எடுத்துச்சென்று போடும்போது, ஏற்படக் பிரச்சினைகள் என்னென்ன?

பதில்:- ஒரு திரைப்படத்தைத் தயாரித்துக்கொண்டு ஒரு கிராமத்திற்குப் போனோம் என்றால், அவர்கள், ''போன தடவையே போனால் போகிறது என்று உன்னை விட்டு விட்டேன். இப்பொழுது மறுபடியும் 'பெட்டியைத்' தூக்கிக்கொண்டு வந்து விட்டாயா'' என்று அடிக்க வந்து விடுவார்கள். அப்புறம் அவர்களிடம், ''உங்களுக்குப் பயன்படுகிற புதுத்திட்டம் ஒன்று கொண்டு வந்திருக்கிறேன்; பாருங்கள்'' என்று பலமுறை சொன்ன பிறகே அவர்கள் மீண்டும் அமைதியாகிறார்கள்.

அரசுத் திட்டங்களைச் சொன்னால் வெறும் விளம்பரம் போல ஆகிவிடும். ஆதலால், கல்வி, மருத்துவம், தொழில் மற்றும் பிற செய்திகளைச் சொல்லிவிட்டுப் பின்பு அரசுத் திட்டங்களைச் சொல்கிறோம், ஏனெனில், நம் நாட்டு மக்கள் ஒவ்வொருவருக்கும் 'அடிப்படை உரிமை' உள்ளது. எனவே,

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

அவர்கள் கட்டாயம் அரசுத் திட்டங்களைப் பற்றி அறிந்திருக்க வேண்டும்.

கேள்வி: தமிழ்நாட்டின் அனைத்துக் கிராமங்களுக்கும் அரசுத் திட்டங்களை உங்களால் தெரிவித்து விட முடிகிறதா?

பதில்: இல்லை, தெரிவித்து விட முடியவில்லை. ஏனெனில், பெரிய மாவட்டத்தில் 2,000 கிராமங்கள் இருக்கின்றன. சிறிய மாவட்டத்தில் 1,000 கிராமங்கள் உள்ளன. இதனால், எல்லாக் கிராமங்களுக்கும் சென்று செய்திகளைத் தெரிவிக்க முடிவதில்லை. இதற்கு ஒரு முக்கிய காரணம், என்னவெனில், 'பொருளாதாரப் பிரச்சினை'யே. எனவே, சந்தை, திருவிழா கூடுகிற சமயங்களில் இந்தத்தகவல்களைத் தெரிவித்துவிடுகிறோம்.

கேள்வி: அரசின் திட்டங்களை எடுத்துக்கூறும் போது மக்கள் உங்களைத் தவறாக நினைக்க மாட்டார்களா? இத் தவறு ஏற்படாவண்ணம் நீங்கள் எப்படிச் செயல்படுகிறீர்கள்?

பதில்: தவறு ஏற்பட நிறைய வாய்ப்புண்டு அரசின் திட்டங்களை நாங்கள் 'சர்க்கரைக்குள் மருந்து போல'ச் சொல்லிக் கொண்டிருக்கிறோம். அதாவது, பொழுது போக்கு அம்சங்களின் மூலமாகத் திட்டங்களைத் தருகிறோம் யார் ஆட்சி புரிந்தார் என்பது எங்களுக்கு முக்கியமல்ல. இப்போதைய அரசு என்னென்ன செய்து கொண்டிருக்கிறது, அதன் பயன்கள் என்ன என்பனவற்றை மக்களுக்குத் தெரிவிப்பதே எங்களுடைய நோக்கம். இந்த எண்ணத்துடன செயல்படுவதால் எங்கள்மீது ஏற்படும் தவறு மறைந்து விடுகிறது.

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

கேள்வி:- மக்கள் தொடர்புத் துறையில் பிரச்சினைகள் உள்ளனவே, இத்துறை தேவையென்று நினைக்கிறீர்களா?

பதில்: வலி இருக்கிறது என்பதனால் பிரசவத்தை வேண்டாம் என்று கூறுகிறோமா? அது போலத் தான் இதுவும். திட்டங்களை ஒரு மக்கள் தொடர்பு அதிகாரி சொல்லும் விதத்தில் தான் பிரச்சினைகள் குறையும். இதனால் அவ்வதிகாரிக்குத் தொழிலில் ஏற்படும் திருப்தி, மகிழ்ச்சி இவையே தீர்வு மேலும் மக்களுக்கு, 'இருப்பதைத்' தெரிவிக்கக் கட்டாயம் மக்கள் தொடர்புத் துறையும் தேவை; அதிகாரியும் தான் தேவைப்படுகிறார்.

"Presented Free of Cost
with compliments from the
Central Institute of Indian Languages
(Govt. of India) MYSORE-570 006"

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

எங்கள் வெளியீடுகள்

டாக்டர் அ. விநாயக மூர்த்தி

சமயம்

1.	சைவ இலக்கியக் கோவை	6-00
2.	சித்தாந்தமும் பக்தியிலக்கியமும்	12-00
3.	சைவ சமயத் தேன்	17-00

பதிப்பியல்

4.	பதிப்புக் கலை	10-00
5.	பதிப்புப் பார்வைகள்	32-00

00036

மூலபாடப் பதிப்பு

6.	மூலபாட ஆய்வியல் (கட்டுரைகள்)	10-00
7.	மதுரை வீரன் அம்மானை	9-00
8	ஐவர் அம்மானை	22-00
9.	காசி கேதாரீசுவரர் தல மான்மியம் (இணைப்பதிப்பாசிரியர்)	—

வணிகவியல்-இதழியல்

10.	விளம்பரக் கலை	50-00

வி. அநுசூயா, எம்.ஏ.,எம்.ஃபில்.

மக்கள் தொடர்புத் துறை

11.	மக்கள் தொடர்புப் பிரச்சினைகளும் தீர்வுகளும்	14-00

வி. அநுராதா, எம்.ஏ.,எம்.ஃபில்.

தகவல் தொடர்பியல்

12.	வானொலியும் மகளிர் நிகழ்ச்சிகளும்	14 00

பாலமுருகன் பதிப்பகம்

258, பாரதியார் தெரு, ஜெய்ஹிந்த்புரம்

மதுரை - 625 011

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

GURUKUL KANGRI LIBRARY
Date
A
C
C
Filing
E.A.R.
Any other
Checked
1.2.95
बिजेन्द्र सिंह 7/2/95

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar

எங்கள் வெளியீடுகள்

Digitized by Arya Samaj Foundation Chennai and eGangotri

டாக்டர் அ. விநாயகமூர்த்தி

சமயம்

1. சைவ இலக்கியக் கோவை — 6-00
2. சித்தாந்தமும் பக்தியிலக்கியமும் — 12-00
3. சைவ சமயத் தேன் — 17-00

பதிப்பியல்

4. பதிப்புக் கலை — 10-00
5. பதிப்புப் பார்வைகள் — 32-00

மூலபாடப் பதிப்பு

6. மூலபாட ஆய்வியல் (கட்டுரைகள்) — 10-00
7. மதுரை வீரன் அம்மானை — 9-00
8. ஐவர் அம்மானை — 22-00
9. காசி கேதாரீசுவரர் தல மான்மியம் (இணைப்பதிப்பாசிரியர்) — —

வணிகவியல் - இதழியல்

10. விளம்பரக்கலை — 50-00

வி. அநுசூயா, எம்.ஏ.,எம்.ஃபில்.

மக்கள் தொடர்புத்துறை

11. மக்கள் தொடர்புப் பிரச்சினைகளும் தீர்வுகளும் — 14-00

வி. அநுராதா, எம்.ஏ.,எம்.ஃபில்.

தகவல் தொடர்பியல்

12. வானொலியும் மகளிர் நிகழ்ச்சிகளும் — 14-00

பாலமுருகன் பதிப்பகம்

258, பாரதியார் தெரு, ஜெய்ஹிந்த்புரம்

மதுரை - 625 011

CC-0. In Public Domain. Gurukul Kangri Collection, Haridwar